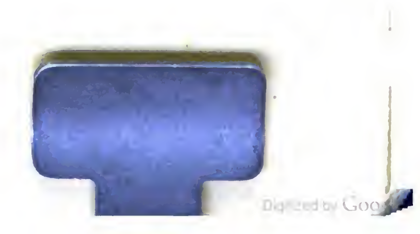
Über das Rabattsparw...

Moritz Kandt

Digitized by Google



Library
of the
University of Wisconsin



Digitized by Google

„Über das Rabattsparwesen.“

Von

Dr. M. Kandt,
Syndikus der Handelskammer für den Regierungsbezirk Bromberg.



Bromberg.
Verlag der Mittlerschen Buchhandlung A. Fromm.
1904.

Digitized by Google

Diese kleine Abhandlung verdankt ihr Entstehen einem Vortrag, den ich im Auftrage der Handelskammer für den Regierungsbezirk Bromberg in einer am 5. November d. Js. in Bromberg von der Handelskammer berufenen und geleiteten Versammlung gehalten habe.

Der behandelte Gegenstand hat gerade in neuester Zeit in kaufmännischen Kreisen größeres Interesse erweckt und auch die Aufmerksamkeit der Behörden auf sich gelenkt, besonders als eine Bewegung einsetzte, die zur Zeit zwar noch in den Anfängen steckt, aber wegen der überall erzielten Erfolge sicherlich an Umfang immer mehr gewinnen wird: nämlich das Bestreben der Detaillisten in den größten wie kleinsten Ortschaften in allen Teilen des Reiches auf dem Wege der Selbsthilfe, Schulter an Schulter den Kampf gegen Beamten- und Konsumvereine, Warenhäuser usw. zu führen.

Zur Unterstützung dieser gemeinnützigen Bestrebungen, denen, wie allen neuen Erscheinungen Unkenntnis oder unrichtige Vorstellungen, vor allem aber eingewurzelte Prinzipien, hindernd entgegenstehen, habe ich es für geboten gehalten, weitesten Kreisen das von mir für die Beurteilung dieser Frage bisher gesammelte Material in leichtfaßlicher Form zugängig zu machen.

Auch an dieser Stelle danke ich allen denen, die so liebenswürdig waren, mich mit solchem Material zu unterstützen.

Dr. M. Kandt,
Syndikus der Handelskammer
für den Regierungsbezirk Bromberg.

Digitized by Google



91444
JAN 3 1906
HKAAB
.K13

I. Der Kampf des Kleinhandels gegen Konsum-, Beamtenvereine usw.

Wenn man die gegenwärtige Lage der deutschen Kleinhändler überblickt, hat man kein erfreuliches Bild vor Augen. Nur wenige, die es dank besonderer Verhältnisse durch ihre geschäftliche Tätigkeit zu Wohlstand gebracht haben, viele, die in schwerer Arbeit und mit immer wachsenden Anstrengungen nur gerade soviel verdienen, wie für eine einfache Lebenshaltung nötig ist, und eine Unzahl kümmerlicher Existenzen, deren Einkommensverhältnisse nur zu oft hinter denen der Arbeiterschaft zurückstehen.

Worin wurzeln diese bedauerlichen Zustände?

Eine große Reihe von Ursachen wirkt zusammen; es liegt außerhalb des Rahmens dieser Abhandlung, darauf des näheren einzugehen; nicht zum mindesten ist es das **Überhandnehmen von Konsum- und Beamtenvereinen** und ähnlichen Vereinigungen und ihre stetige Geschäftsausdehnung, die dem Detaillisten den Kampf um seine Lebenshaltung immer schwerer machen. Immer mehr wird ihm gerade derjenige Kundenkreis entzogen, dessen Einkommen mehr oder minder aus den Steuern der Gewerbetreibenden stammt. Nahezu alle Beamtenkategorien sowie andere Berufsgruppen haben in steigender Zahl Vereine zur Beschaffung fast aller Bedarfsartikel unter **Umgehung des Kleinhandels** gegründet.

Wenn dies auf rein genossenschaftlicher Grundlage und unter Anwendung streng reeller Grundsätze geschähe, hätte der Kleinhandel kein Recht und auch keinen Anlaß, gegen diese Vereine vorzugehen. Denn einen Kampf mit gleichen Waffen braucht er nicht zu fürchten.

Digitized by Google

„Der Konkurrenz, welche sich ausschließlich in der Preisunterbietung geltend macht, kann der gelernte Kaufmann mit Erfolg entgegentreten, wenn er Warenkunde, Kenntnis der Geschmacksrichtungen des Publikums und die Gabe, sich den Wünschen desselben anzupassen im Geschäfte zu verwerten versteht, namentlich auch durch die Ausnutzung günstiger Konjunkturen beim Einkauf.“ (Handelskammer Göttingen.)

Aber die mannigfachen Bevorzugungen, namentlich die vollständige oder teilweise Steuerfreiheit, durch die Konsum- und Beamtenvereine dem mit Steuern und persönlichen Pflichten, z. B. den Arbeiten der Selbstverwaltung in Gemeinden, Berufsverbänden usw. immer stärker belasteten Kaufmann gegenüber begünstigt sind, geben neben anderen Verhältnissen, die des näheren erörtert werden müssen, den Vereinen im Wettbewerb mit den Kaufleuten einen nicht einzuholenden Vorsprung.

Dabei haben viele solcher Vereine nur noch die Form und den Namen der Genossenschaft der Bevorzugung wegen gern beibehalten, sind aber ihrem Wesen nach nichts anderes, als Handelsbetriebe mit Unternehmergewinn, der allerdings **keiner** Besteuerung unterworfen ist.

Und kann sich ein Verteidiger dafür finden, daß Eisenbahn- und Postbeamte, die durch ihren Beruf, zwar unabsichtlich, aber mühelos, von den Bezugsquellen der Kaufleute Kenntnis erlangen, Vereine zum gemeinsamen Bezuge von Waren gründen und betreiben? Selbst der eifrigste Verfechter des Genossenschaftswesens müßte gegen einen solchen **Mißbrauch** auftreten und das **Verbot der Beteiligung** solcher Beamten an Konsum- und ähnlichen Vereinen **verlangen.**

Es ist Pflicht des Staates, das Gehalt der Beamten so zu bemessen, daß sie nicht erst in Versuchung geführt werden, den Wettbewerb mit den Kaufleuten aufzunehmen.

Und ist es eine unberechtigte Forderung, zu verlangen, daß die geschilderten Vereine zu den gleichen öffentlichen Lasten herangezogen werden, wie die übrigen Gewerbetreibenden und gleichen Pflichten in ihrem Geschäftsbetriebe unterworfen werden? Darf die Handhabung des Nahrungsmittelgesetzes, der Be-

Digitized by Google

stimmungen über Maße und Gewichte, der Gewerbeordnung usw. bei jenen Vereinen eine andere sein, als bei den übrigen Gewerbetreibenden? Nein und abermals nein!

Die Handelsvertretungen sind einstimmig der Ansicht und haben sie in wiederholten Eingaben an die zuständigen Behörden zum Ausdruck gebracht, daß die geschilderten Mißstände auf gesetzlichem Wege zu beseitigen wären.

Damit wäre aber noch wenig geholfen.

Denn eins der wichtigsten Mittel, dem die Konsumvereine usw. ihr Aufblühen zu verdanken haben, ist das System der Dividende. Ja, wenn die erzielten Überschüsse der Konsumvereine für gemeinnützige Zwecke Verwendung fänden oder gar finden **müßten** — die englischen Konsumvereine sind mit verschwindenden Ausnahmen nach ihrem Statut verpflichtet, für Bildungszwecke einen gewissen Prozentsatz auszugeben und sie unterhalten Bibliotheken, Waisenhäuser und andere Wohlfahrtseinrichtungen — dann würde sich sehr bald herausstellen, daß der gegenwärtige Umfang dieser genossenschaftlichen Organisationen weit über die Grenzen des wirtschaftlichen Bedürfnisses hinausgeht und die Mitgliederzahl würde so erheblich zusammenschmelzen, daß viele Vereine ihre Tätigkeit einstellen müßten.

Aber nicht zu gemeinnützigen Zwecken werden die Gewinne verwandt, sondern zur Verteilung von Dividenden am Jahresschluß.

Gegen diese Dividende richten sich daher in erster Linie die Angriffe des Kleinhandels.

Hören wir, was darüber von seinen berufenen Vertretern gesagt wird. Die Handelskammer zu Göttingen führt in einer an den Herrn Minister für Handel und Gewerbe gerichteten Eingabe vom 1. Dezember 1902 folgendes aus:

„Die Dividenden bilden die Hauptanziehungskraft für den Erwerb neuer Mitglieder. Die Konsumvereine, welche absichtlich auf hohe Dividenden arbeiten, erzielen solche nicht durch höhere Preisstellung, sondern durch Lieferung minderwertiger Waren. Bei vielen Warengattungen, z. B. Kaffee, Mehl, Nudelfabrikaten, namentlich aber bei den

Digitized by Google

Manufakturwaren, ist selbst dem Fachkundigen schwer, die einzelnen Qualitäten zu unterscheiden, geschweige denn den weiteren Kreisen der Konsumenten. Die Qualitätsmängel der Waren werden entweder nicht erkannt oder in Rücksicht auf die Dividende ignoriert. Die Hausfrau aber erhält in der Dividende einen Betrag, der in der Regel nicht durch die Hände des Mannes geht, sondern ihr zur freien Verfügung bleibt. Der Wunsch, die Dividende zu erhöhen, führt dahin, daß die Konsumvereinsmitglieder nicht nur neue Mitglieder zu erwerben, sondern auch die im Verein erhaltenen Waren unter der Hand an Nichtmitglieder abzugeben bemüht sind. Gegen eine derart betriebene Konkurrenz ist der Einzelkaufmann machtlos."

Ähnlich äußern sich viele andere Handelskammern. Es wird mit Recht ausgeführt, daß es sich bei dem Bezuge der Dividenden um eine Selbsttäuschung handelt, daß aber das Publikum sich nicht Vernunft predigen läßt, selbst nicht durch die richtigsten und geschicktesten Belehrungen der Kaufleute, sondern daß es dahin läuft, wo man seinen kurzsichtigen Wünschen am meisten entgegenkommt. Ja, es **will** vielfach gar nicht aufgeklärt werden. Trotzdem manches Mitglied eines solchen Vereins weis, daß die Dividende durch entsprechend höhere Preisstellung erzielt wird, freut es sich über die Dividende; namentlich die Hausfrauen sind es, die gern um die Weihnachtszeit die Dividende zu ihrer freien Verfügung in Empfang nehmen und den Konsumverein als eine Art Sparkasse benutzen.

Die Dividende wegen dieser Anziehungskraft möglichst hoch zu gestalten, ist das Bestreben vieler Vereine. Zu diesem Zwecke beschränken sie sich nicht darauf, eigene Verkaufsstellen zu unterhalten, sondern sie schließen Verträge mit Gewerbetreibenden ab, nach denen diese sich verpflichten, einen **Rabatt** zu gewähren, der wieder zur Erhöhung der Dividende benutzt wird.

So soll z. B. der **Brandenburger Konsumverein „Vorwärts"** im Jahre 1899 bei einem Gesamtumsatz von Mk. 1 432 302 einen **Sonderrabatt** von rund Mk. 37 000 von Bäckern und Schlächtern bezogen haben. Da in dem genannten Jahre ein Reingewinn von Mk. 53 924 erzielt wurde, ist der bei weitem

größte Teil davon durch die genannten Handwerker aufgebracht.

Der Rabatt wird zumeist in Form von Marken erteilt, die, sobald sie eine bestimmte Zahl erreicht haben, gegen Geld umgetauscht oder in Zahlung genommen werden.

II. Die Markenrabattanstalten.

Ebenso wenig wie den von dem Dividendensystem betroffenen Kleinhändlern und den Vorkämpfern für die Interessen des Kaufmannsstandes, entging die Vorliebe des Publikums für Dividenden und Markenrabatt spekulativen Köpfen. Es entstand eine neue kaufmännische Unternehmungsform: **Die Markenrabattanstalt**, oder wie sie auch genannt wird: **Die wilde Rabattgesellschaft.**

Der Ursprung dieser Unternehmungsform ist nach Zeit und Ort in Dunkel gehüllt. Von mancher Seite hört man — und es spricht ja manches dafür —, daß sie von dem Lande der ungezügelten Freiheiten und „unbegrenzten Möglichkeiten", den Vereinigten Staaten von Amerika, zu uns gekommen ist.

Die älteste, aus der Literatur bekannte Gesellschaft, ist die in England schon in den siebziger Jahren des vorigen Jahrhunderts bestehende **„General Expenditure Assurance Company"**.

Diese errichtete in Paris eine Filiale, aus der im Jahre 1880 eine selbständige Gesellschaft unter dem Namen **„Société Anonyme des Coupons Commercieux"** hervorging, mit einem nominellen Kapital von 10 Millionen Francs, wovon $2^1/_2$ Millionen eingezahlt waren.

Während der englischen Gesellschaft noch ein gewisser, gemeinnütziger Zug angehaftet haben soll, war das Streben dieser Gesellschaft lediglich auf den Gewinn der Aktionäre gerichtet. Deshalb setzte sie die zur Deckung der Kosten und des Gewinnes vorweggenommene Quote, die bei der englischen Gesellschaft 10 % betrug, auf 40 % der Einlagen fest.

> „Die Handhabung der Coupons bei Bareinkäufen ist dieselbe wie in England; die einzelnen kleinwertigen Coupons

Digitized by Google

werden gegen einen Bon im Nominalwerte von 100 Francs umgetauscht, — von den fünf Francs aber, welche dieser Bon der Gesellschaft gebracht hat, behält sie zwei (also 40 %) vorweg für sich und legt nur drei Francs zu Gunsten des Boninhabers auf Zinseszinsen; demgemäß ist auch der Rückzahlungstermin auf 99 Jahre hinausgerückt, innerhalb welcher die Bons durch dreimonatliche Verlosung eingelöst werden. Abgesehen von diesem enormen Gewinne ist die Administration eine sehr geschickt durchgeführte und die Sicherung der Einlagen eine vollständig gewährleistete, so daß vom geschäftlichen Standpunkte aus der Gesellschaft kein Vorwurf gemacht werden kann, — sie tut dasselbe wie jede andere Handelsgesellschaft, die ohne Konkurrenz dasteht und deshalb ihren Gewinn möglichst hoch normiert und auch sie wird ohne weiteres zu billigeren Bedingungen sich herbeilassen, sobald die Idee der Ausgaben-Rückgewähr in weiteren Kreisen heimisch geworden sein und die Errichtung von Konkurrenzgesellschaften ermöglicht haben wird. Die Rückzahlungstabellen basieren auf dem Zinsfuß von 4 % pro anno; die zu verwaltenden Gelder werden von der Gesellschaft einigen „Fideikommissären" (gleich den englischen „Trustees") übergeben, welche dieselben in pupillarsicheren Papieren anlegen müssen." (Siehe unten.)

Die Gesellschaft errichtete eine Filiale in Bern und beabsichtigte, ihre Tätigkeit auch auf andere Länder auszudehnen.

Um dieselbe Zeit entstand eine Gesellschaft in Wien.

Im Jahre 1877 machte ein Volkswirt Dr. Wilhelm Loewenthal in der Presse auf die englische Gesellschaft aufmerksam und erörterte deren Einführung in Deutschland in einer veränderten, sie zu einer durchweg gemeinnützigen Anstalt gestaltenden Form. Zahlreiche Zuschriften aus allen Teilen des Reichs veranlaßten ihn, die ursprünglichen Zeitungsartikel in Broschürenform zu veröffentlichen.

Zu dieser Broschüre, die im Verlag von Elwin Staude in Berlin unter dem Namen: **„Die Ausgaben-Versicherung. Einer der mächtigsten Hebel zur Einführung des Barverkehrs und Förderung des allgemeinen Wohlstandes"** erschien, schrieb Schulze-Delitzsch ein empfehlendes Vorwort.

Digitized by Google

Dr. Loewenthal berichtet über die Aufnahme seiner Ausführungen in einer Broschüre, die im gleichen Verlage 1881 unter dem Namen erschien: **„Die Nutzbarmachung der Ausgaben-Versicherung durch Rabatt-Sparvereine“**:

„Kaum waren vierzehn Tage vergangen, als der sehr starken ersten Auflage des Schriftchens eine zweite folgen mußte; zehn der hervorragendsten Männer aus allen Kreisen des öffentlichen Lebens, der Industrie und des Gewerbefleißes traten hier in Berlin zusammen, um die Verwirklichung der Idee zu fördern; aus diesem Comitó erwuchs ein zweites, aus etwa 50 der ersten Berliner Firmen bestehendes, dessen Arbeit bis zur Einsetzung einer Kommission zur Ausarbeitung der Statuten der zu bildenden Gesellschaft gediehen; in fast allen Bezirksvereinen der Hauptstadt beschäftigte man sich eingehend mit der Frage, und überall kam man zu einem unbedingt günstigen Resultate, selbst dort, wo anfänglich Mißtrauen herrschte gegen die wenig verstandenen Absichten einer Ausgaben-Rückgewährgesellschaft (wie sie später genannt wurde, um das zu Mißverständnissen Anlaß gebende Wort „Versicherung“ zu umgehen), und als beste Anerkennung der gesunden Idee galt jedem Praktiker die sofortige Ausbeutung derselben von gewissen Seiten in einer Weise, die einer soliden Verwirklichung durchaus nicht gleich sah und gegen die ich deshalb schon im Anfang der Bewegung mich erklären mußte.

Trotz dieser glänzenden Aussichten verlief die ganze Agitation im Sande, und als ich einsah, daß alle Anstrengungen auf dem eingeschlagenen Wege fruchtlos blieben oder zu unerwünschten Resultaten führten, zog ich mich von der nutzlosen Arbeit zurück. Es handelte sich damals um die Bildung einer Aktiengesellschaft nach Art der englischen, einer Handelsgesellschaft also, die ihrem Ursprunge nach **auf das Geldverdienen angewiesen** war, von der ich aber trotzdem verlangte und verlangen mußte, daß der Gelderwerb ihr nur Mittel zum Zweck sein sollte, nicht aber der Endzweck selbst; es hätte also Geld hergegeben werden müssen zu einem ethischen, in erster Linie der Gesamtheit

Digitized by Google

zu gute kommenden Zwecke, und vielleicht erlahmte an diesem grundsätzlichen, kaufmännisch ja auch gerechtfertigten Widerspruche die ursprüngliche Begeisterung schließlich zur Teilnahmlosigkeit.

Diese Teilnahmlosigkeit machte sich aber nur in denjenigen Kreisen geltend, von welchen damals die finanzielle Gründung der Gesellschaft ausgehen sollte; in den breiten Schichten der Bevölkerung dagegen blieb das einmal geweckte Interesse, im Reiche namentlich, ein gleich reges, und bis auf den heutigen Tag noch beweisen mir die verschiedensten Kundgebungen und Anfragen von hier und außerhalb, wie sehr man sich trotz des seitdem verflossenen Zeitraumes immer noch mit der Sache selbst beschäftigt."

Auf diese Broschüren des Dr. Loewenthal mußte an dieser Stelle so eingehend Bezug genommen werden, weil, wie wir später sehen werden, seine gemeinnützigen Ideen heute wieder aufgenommen worden sind (und zwar vermutlich, ohne daß die betreffenden Kreise Kenntnis von dieser Broschüre hatten) und weil aus den wiedergegebenen Darlegungen hervorgeht, wie schon damals ein Kampf zwischen gemeinnützigen und selbstsüchtigen Bestrebungen stattfand. In Berlin hatte dieser Kampf, wie wir sahen, zur Folge, daß damals weder ein Privatunternehmen noch ein gemeinnütziges Institut entstand. Was aus den anderen ausländischen Gesellschaften geworden ist, welchen Entwickelungsgang sie genommen haben, ist Schreiber dieses nicht bekannt.

Die damaligen Bestrebungen zur Gründung von **Rabattanstalten** kann man wohl nur als Vorläufer der heutigen betrachten. Denn erst in der letzten Zeit, mit dem gewaltigen Anwachsen der **Konsum- und Beamtenvereine**, ist auch eine Ausbreitung der Rabattanstalten wahrzunehmen.

Dabei muß ausdrücklich konstatiert werden, daß durch das unlautere Gebahren von **Berliner Anstalten** eine Verwirrung angerichtet worden ist, die sehr schädliche Folgen für die Bestrebungen zur Förderung der wahren Interessen des Kleinhandels gezeitigt hat und noch weiter zeitigen müßte, wenn nicht dagegen rechtzeitig Front gemacht würde.

Rein privatwirtschaftliche Rabatt-Sparanstalten haben nämlich in Berlin vielfach die Form eines **Vereins** gewählt und zwar

Digitized by Google

nicht nur eines Vereins von Konsumenten, sondern auch von Kaufleuten; sie nennen sich also vielfach: **Rabatt-Sparvereine.** Nur durch die Wahl dieser Gesellschaftsform ist es möglich geworden, daß selbst eine so hochangesehene Korporation, wie die der Ältesten der Kaufmannschaft in einem am 3. April 1901 an sämtliche Handelskammern und kaufmännischen Korporationen gesandten Rundschreiben keinen Unterschied macht zwischen gemeinnützigen und privatwirtschaftlichen Rabatt-Sparvereinen. In diesem Rundschreiben heißt es:

„Infolge mehrfacher an uns, besonders aus den Kreisen des mittleren und Kleinhandels und Gewerbes, herangetretener Wünsche und Anregungen haben wir uns mit den während der letzten Jahre an Zahl und Umfang stets zunehmenden **Rabatt-Sparvereinen**, mit ihrer Entwickelung und ihrem Einfluß auf das Wirtschaftsleben wiederholt beschäftigt. Wir sind dabei zu dem Ergebnis gelangt, daß eine Einrichtung, wie sie die genannten Vereine darstellen, an sich nicht wirtschaftlich bedenklich ist, daß sie aber in einzelnen Fällen eine Schädigung der Detailhändler und des konsumierenden Publikums im Gefolge gehabt hat.

Die hervortretenden Mißstände sind im wesentlichen die folgenden:

1. Die Rabatt-Sparvereine wählen regelmäßig nicht die Form der Handelsgesellschaft oder der Genossenschaft, sondern die des freien Vereins in Gemäßheit des Bürgerlichen Gesetzbuchs. Hierdurch ist es den Mitgliedern sehr erschwert, dem allein die Geschäfte führenden Vorstand, der sich im Statut alle wichtigen Rechte allein vorzubehalten pflegt, gegenüber eine wirksame, erforderlichenfalls durch ein Einschreiten zu sichernde Kontrolle auszuüben.
2. Die Gründer und Vorstandsmitglieder der Vereine beziehen unter der Bezeichnung „Geschäftsunkosten“ oder dergleichen aus den Spargeldern unverhältnismäßig hohe Einnahmen, während ihre Geschäftsführung nach dem Statut eine unentgeltliche und ehrenamtliche sein soll. — Diese Beträge muß natürlich das Publikum,

Digitized by Google

soweit es den Vereinen angehört, aufbringen, indem dieselben von dem auszuzahlenden Spargeld abgezogen werden.

3. Die Lieferanten, welche den Vereinen angehören und durch die Konkurrenz ihnen beizutreten gezwungen sind, übernehmen mit der Rabattgewährung von 5 oder 10%, wie sie die Regel bildet, eine Last, die im Mißverhältnis zu dem, selbst durch die Erweiterung ihres Kundenkreises erzielten Nutzen, stehen soll. Es kann daher die Rabattgewährung entweder für sie von erheblich schädigendem Einfluß sein oder die Folge haben, daß sie zu einem unsoliden Vorgehen verführt werden, bestehe dies nun in einer von vornherein bewirkten Höherstellung der Verkaufspreise, oder aber in der Lieferung von quantitativ oder qualitativ hinter dem Werte des gezahlten Kaufpreises zurückbleibender Ware. — Geschädigt sind hierdurch in erster Linie die Konsumenten, welche den Rabatt tatsächlich selbst bezahlen, um ihn später durch die „Verwaltungskosten" vermindert zurückzuerhalten."

Auch andere kaufmännische Verbände haben infolge der **Berliner Verhältnisse** Beschlüsse gefaßt und an die Behörden Eingaben gerichtet, bei denen die notwendige Unterscheidung berechtigter und unberechtigter Bestrebungen zu vermissen ist.

So hat noch kürzlich, am 27. Oktober d. Js., der Bund der Handel- und Gewerbetreibenden in Berlin in einer Versammlung beschlossen, bei dem Bundesrat und Reichstag eine gesetzliche Regelung der Rabatt-Sparvereine zu beantragen im Sinne der Beseitigung aller solcher Organisationen. Auch hier haben also die Berliner Verhältnisse einen Beschluß herbeigeführt, dessen Ausführung den Kleinhandel, namentlich in der Provinz, zum Vorteil der Konsum- und Beamtenvereine schädigen würde

Mit großer Schärfe wendet sich der Rabatt-Sparverein Magdeburg, dem jetzt ca. 1200 Kaufleute angehören, in seinem Geschäftsbericht für das erste Geschäftsjahr (vom 27. Oktober 1901 bis 31. Dezember 1902) gegen diese **unerwartete** Gegnerschaft. Er schreibt:

Digitized by Google

„Wenn jetzt, insbesondere in Berlin, Bemühungen sich geltend machen, das Rabattgeben an sich als verwerflich zu kennzeichnen und das Publikum dementsprechend „aufzuklären“, so müssen wir dazu bemerken, daß die **sogenannten** Rabattvereine in Berlin weiter nichts sind, als ausbeuterische Erwerbsgesellschaften, die sich, wie die Wiedenbachsche Gesellschaft, möglichst viele Geschäfte tributpflichtig machen und wie es die Konsumvereine durch ihr gesetzlich zweifelhaftes Markensystem ebenfalls tun.

Nachdem sich die guten Berliner diese Parasiten über den Kopf wachsen ließen, (!) schreien sie jetzt Zeter und Mordio gegen alles, was Rabattverein heißt, und wollen mit ihrer Belehrung sogar die Provinzler beglücken. Wir stellen ausdrücklich klar, daß die Verallgemeinerung der von Berlin ausgehenden Angriffe gegen die von Geschäftsleuten selbst gegründeten Rabatt-Sparvereine nach Bremer und Magdeburger Muster **über das Ziel hinausschießt** und legen Verwahrung dagegen ein. Man möge sich dort mit Ausrottung des auf dem eigenen Schutthaufen des zerrütteten geschäftlichen Lebens erwachsenen Unkrauts befassen, (!) statt auswärtige Einrichtungen, die von Mittelstandsleuten des Kleinhandels geschaffen sind und von denen man keine Ahnung zu haben scheint, ohne weiteres herabzusetzen.

Mit gewohnter Unkenntnis der Verhältnisse im Lande stimmen sogar solche Berliner Zeitungen in diesen Reigen ein, die als mittelstandsfreundlich gelten.“

Diese Schärfe ist verständlich, wenn man bedenkt, welcher Schaden durch das Mißverständnis, das nunmehr hoffentlich beseitigt ist, entstehen konnte. Bei den folgenden Betrachtungen werden wir also streng unterscheiden zwischen den privaten Rabatt-Sparanstalten, mitunter fälschlich auch Rabatt-Sparvereine genannt, und den wirklichen gemeinnützigen Rabatt-Sparvereinen.

Wie bereits oben angeführt, haben findige Köpfe die Vorliebe des Publikums für die Rabattmarkensysteme für ihre Erwerbszwecke auszubeuten versucht und zu diesem Zwecke Rabattgeschäfte gegründet. Dabei sind, von untergeordneten Spiel-

Digitized by Google

arten abgesehen, zwei Systeme zu unterscheiden: das Warensystem (wohl auch System Wiedenbach nach seinem Erfinder genannt) und das Geldsystem. Bei beiden Systemen ist das Geschäftsgebahren zunächst ziemlich dasselbe, und zwar nach einer Schilderung des Warensystems in der „Allgem. Zeitung", abgedruckt in der Monatsschrift für Handel, Industrie und Schiffahrt pro 1902 (Halberstadt), folgendes:

> „Ein Einzelner oder eine Gesellschaft (ein Verein) schließt mit einer Reihe von Geschäftsleuten eine Vereinbarung ab, wonach sich die letzteren verpflichten, die von dem Rabattgeschäft ausgegebenen Marken zu führen und an ihre Kunden bei Kasseneinkäufen auszugeben. Das Verabfolgen der Marken an das Publikum geschieht meist in der Art, daß bei Einkäufen für je volle 20 Pf. eine Marke, für 40 Pf. zwei Marken und so fort gegeben werden. Die Marken klebt der sammelnde Kunde in ein dazu geliefertes Buch, welches je nachdem ca. 1000 Felder enthält, die ausgefüllt einem Gesamteinkauf von 200 Mk. entsprechen. Die Geschäftsleute, welche Rabattmarken geben, müssen solche von der Gesellschaft kaufen und erhalten meist für 2 Mk. entweder 400 oder 500 Stück. Der Geschäftsmann gibt also seinen Kunden einen Rabatt von 4 bis 5 Prozent. Und was hat der Kunde, wenn er glücklich sein ganzes Buch voll Marken geklebt hat? Hat er jetzt etwa wirklich den vollen Vorteil, den ihm der Detaillist oft mit erheblichen Opfern gewährt hat? Keineswegs, denn das Rabattmarkengeschäft will ja auch leben und was noch mehr ist, verdienen."

In dem bisher geschilderten Gebahren gleichen sich beide Systeme, allerdings mit dem Unterschiede der Preise, zu denen die Detaillisten die Bücher kaufen. Denn bei dem Warensystem liegt der Gewinn des Geschäfts in der Hauptsache in dem Verkauf minderwertiger Ware, bei dem Geldsystem in der Differenz zwischen dem Preise, den die Detaillisten zahlen und dem Gelde, welches das Publikum ausgezahlt erhält.

Hören wir nun weiter, wie das Verfahren bei dem Warensystem (Wiedenbach) ist:

Digitized by Google

„Bei dem System Wiedenbach kann der jedem Sammelbuch beigegebenen Erklärung gemäß der Kunde mit seinem gefüllten Sammelbuch, das für die Rabattgesellschaft einen Wert von vollen 10 oder 12,50 Mk. repräsentiert, nach deren Geschäftsstelle gehen, um sich unter den dort ausgestellten, oft mehr oder minder wertlosen Gegenständen einen gegen sein gefülltes Buch einzutauschen, den er in den meisten Fällen für Bargeld wohl nicht erstanden hätte."

Bei dem Geldsystem erhält er von dem Geschäft bares Geld ausgezahlt.

Eine gewisse Spielart, eine Art Mischung beider Systeme, besteht darin, daß der Käufer je nach Wahl die Sparbücher bei den Geschäftsleuten selbst zu festgesetztem Preise in Zahlung geben oder sich das Geld von der Anstalt auszahlen lassen kann.

Zur besseren Illustration folge an dieser Stelle der Wortlaut eines solchen Vertrages, wie ihn ein Rabattgeschäft mit den Geschäftsleuten abschließt:

Stempelfrei!
Vertragsinteresse unter 150 Mk.

Vorderseite.

„Sparsinn", Rabattsystem.

Müller & Co. (Ort.)

Reklameplakate werden leihweise, Sparbücher unentgeltlich überlassen.

Hierdurch erkläre ich mich damit einverstanden, daß ich in die Liste derjenigen Kaufleute und Gewerbetreibenden aufgenommen werde, welche sich zur Ausgabe und Wiedereinlösung der Rabattmarken des oben bezeichneten Unternehmens verpflichtet haben. Ich verpflichte mich, unter den umstehenden Bedingungen, auf Verlangen eines jeden Käufers die grünen Rabattmarken „Sparsinn" zu verabfolgen. Ich nehme vorläufig ...... Bücher mit je 5000 Rabattmarken im Werte von je 40 Mk. in kommissionsweisen Gebrauch.

(Ort.) den 190

Digitized by Google

Rückseite.

Bedingungen.

1. Die Rabattmarken sind wenigstens ein Jahr, und wenn nicht drei Monate **vorher gekündigt wird**, auf je ein weiteres Jahr zu führen und ist **der Markenbedarf während** dieser Zeit ausschließlich von der umstehenden Firma zu entnehmen;
2. die Marken sind den Käufern auf deren Verlangen **bei Bareinkäufen** ohne Preisaufschlag auf die Waren abzugeben und zwar für jede volle 20 Pf. einer Kaufsumme **eine** Marke, also z. B. bei einem Einkauf von mindestens 20 Pf. **eine Marke,** von 50 Pf. **zwei Marken,** von 75 Pf. **drei Marken** usw.;
3. dem Kassierer der obenstehenden Firma ist auf Verlangen durch Vorlegung des Rabattmarkenbuches Abrechnung zu erteilen und 80 Pf. für jede verausgabte oder sonst abhanden gekommene Seite zu zahlen;
4. die Reklameplakate sind gut sichtbar im Laden und Schaufenster anzubringen und keiner anderen Person zu überlassen;
5. die Rabattmarken sind nur an Käufer von Waren zu verabfolgen;
6. das Rabattmarkenbuch und die Plakate sind bei Nichteinhaltung der Bedingungen zurückzugeben;
7. **jedes mit 840 Rabattmarken „Sparsinn" gefüllte Sparbuch ist bei einem Mindest-Einkauf von 5,25 Mk. für diesen Betrag in Zahlung zu nehmen, wogegen wir für jedes mit 840 Rabattmarken „Sparsinn" gefüllte Sparbuch dem dasselbe Vorlegenden 5,00 Mk. (fünf Mark) in bar vergüten.**

Welchen Anlaß haben nun Geschäftstreibende und Publikum, gegen diese kaufmännischen Unternehmungen Stellung zu nehmen? worin liegen die Schädigungen?

Bei dem System Wiedenbach zieht sich der Detaillist selbst eine Konkurrenz groß, wie leicht verständlich; ebenso nimmt das Publikum bald wahr, daß es häufig minderwertige Ware kauft. Das System Wiedenbach hat daher auch sehr bald abgewirtschaftet, weil die Schädigungen zu offen zu Tage traten; an seine Stelle ist das Geldsystem gerückt.

Worin liegen die Schädigungen bei diesem System? Nach dem übereinstimmenden Urteil derjenigen, die dieser Frage ihre Aufmerksamkeit zuwenden, haben diese Geschäfte in mehrfacher Hinsicht Nachteile für Detaillisten und Publikum herbeigeführt.

Die „Deutsche Kolonialwaren-Zeitung" schreibt in Nr. 28 vom 12. Juli 1903 über „Emil Gehrkes Rabatt-Sparanstalt Nord-Westen" zu Berlin folgendes:

Digitized by Google

„Nicht nur waren es immer einzelne Bevorzugte, die sie als Lieferanten aussuchten; waren sie erst einmal Lieferant geworden, so gab es allerlei Bestimmungen, Vorschriften und Umständlichkeiten, so daß es jedem einzelnen bald klar wurde, in welches Abhängigkeitsverhältnis derselbe geraten war. Zum Rücktritt war es dann zu spät.“

Die Wirkung geht jedoch noch weiter:

Wenn schon die Konkurrenz der Konsumvereine und Beamtenvereine die einzelnen Kaufleute zwang, in steigendem Umfange selbst zur Gewährung von Rabatt überzugehen und sich dabei zu überbieten, so verschärft die Rabattanstalt diese Tendenz erheblich. Der große und mühelose Gewinn, der dem Unternehmer zufließt — in Bromberg wurde er bei dem dortigen Unternehmer auf 33 % berechnet — ruft Konkurrenzunternehmungen hervor. Rabattanstalten aller Art entstehen und suchen das Publikum an sich zu locken.

So bilden sich dann die trostlosen Zustände heraus, wie sie namentlich in Berlin zu beobachten sind. Selbst dann, wenn der Inhaber des Rabattgeschäfts es auf durchaus reeller Grundlage betreibt, ist der Umfang des Schadens aus diesem Grunde groß genug; gar nicht zu übersehen wird er, wenn das Unternehmen infolge ungeschickten oder gar betrügerischen Geschäftsgebahrens zusammenbricht. Das Publikum hält sich in diesem Falle an den Kaufmann, der die Rabattmarken ausgegeben hat und verlangt Geld. Die Frage der Haftung in solchem Falle ist durchaus nicht geklärt, so daß der Detaillist, der sich mit einer Rabattanstalt verbindet, in steter Gefahr schwebt, den Rabatt doppelt geben zu müssen.

Das Publikum erleidet aber auch bei reeller Handhabung des Geschäfts Schaden durch Verlorengehen von Rabattmarken und -Büchern, durch Nichteinlösen beim Fortzug von einer Stadt in eine andere und durch manche anderen Umstände. Dabei muß es gleichfalls stets gewärtig sein, daß ihm niemand die Garantie dafür gewähren kann, daß der Rabatt auch wirklich zur Auszahlung gelangt.

Digitized by Google

III. Der Kampf des Kleinhandels gegen die Markenrabattanstalten.

Not ist ein vorzüglicher Lehrmeister.

Hatte das Anwachsen der Beamten- und Konsumvereine und ähnlicher Vereine den Detaillisten schwer geschädigt, so drohte ihm der Ruin, wenn er den neuen Schädlingen der Rabattanstalten gegenüber die Hände in den Schoß legen wollte. Es hieß, den Kampf auf das energischste aufzunehmen oder unterzugehen. Aber wie sollte dieser Kampf geführt werden?

Welchen Schutz bieten die bestehenden Gesetze gegen die Rabattanstalten?

Auf der am 23. August 1899 in Berlin abgehaltenen 12. Generalversammlung des Centralverbandes deutscher Kaufleute usw. schlug ein Herr Grote (Hannover) vor, gegen die Rabattmarkengeschäfte wegen Vorspiegelung falscher Tatsachen oder wegen unlauteren Wettbewerbs vorzugehen.

Diese Wege sind vollständig ungangbar. Bei dem System Wiedenbach kann man wohl noch von einem Wettbewerb reden, bei dem Geldsystem überhaupt nicht. Auch die Kriterien des Betruges fehlen. Es ist sogar denkbar, daß das Rabattmarkengeschäft subjektiv in durchaus reeller Weise geführt wird, wodurch es natürlich seine objektive Schädlichkeit nicht verliert.

Von anderer Seite ist auf § 360 des Strafgesetzbuchs vom 15. Mai 1871 hingewiesen worden, wo es unter Nr. 9 heißt:

> „Mit Geldstrafe bis zu 50 Talern oder mit Haft wird bestraft, wer **gesetzlichen Bestimmungen zuwider** ohne Genehmigung der Staatsbehörde Aussteuer-, Sterbe- oder Witwenkassen, Versicherungsanstalten und andere dergleichen Gesellschaften oder Anstalten errichtet, welche bestimmt sind, gegen Zahlung eines Einkaufsgeldes oder gegen Leistung von Geldbeiträgen beim Eintritt gewisser Bedingungen oder Fristen Zahlungen an Kapital oder Rente zu leisten."

Wenn man annimmt, daß die übrigen Kriterien zutreffen, so fragt es sich, welche gesetzlichen Bestimmungen eine Genehmigung der Staatsbehörde für solche Anstalten nötig machen.

Digitized by Google

In Frage kommen vermutlich § 1 des Gesetzes vom 17. Juni 1833 resp. die an dessen Stelle getretenen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs und § 55 des Bankgesetzes vom 19. März 1875.

§ 1 des Gesetzes, wegen Ausstellung von Papieren, welche eine Zahlungsverpflichtung an jeden Inhaber enthalten, (vom 17. Juni 1833) lautet:

„Papiere, wodurch die Zahlung einer bestimmten Geldsumme an jeden Inhaber versprochen wird, dürfen von niemand ausgestellt und in Umlauf gesetzt werden, der dazu nicht unsere Genehmigung erhalten hat."

§ 2. „Die Genehmigung erfolgt auf Antrag der Minister für Handel und Finanzen durch landesherrliches Privileg, das durch die Gesetzessammlung bekannt gemacht wird.

An Strafe ist nach § 5 der fünfte Teil des in Umlauf gesetzten Betrages, mindestens 300 Mark, festgesetzt."

§ 55 des Bankgesetzes vom 19. März 1875 lautet:

„Wer unbefugt Banknoten oder sonstige, auf den Inhaber lautende unverzinsliche Schuldverschreibungen ausgibt, wird mit einer Geldstrafe bestraft, welche dem Zehnfachen des Betrages der von ihm ausgegebenen Wertzeichen gleichkommt, mindestens aber fünftausend Mark beträgt."

§ 795 des Bürgerlichen Gesetzbuches ordnet an, daß im Inlande ausgestellte Schuldverschreibungen auf den Inhaber, in denen die Zahlung einer bestimmten Geldsumme versprochen wird, nur mit staatlicher Genehmigung in Verkehr gebracht werden dürfen.

Anlaß zu dieser Vermutung gibt ein Zirkularerlaß des Ministers des Innern an die Königl. Oberpräsidenten vom 11. Mai 1882.

Als nämlich viele Städte dazu übergingen, das sog. Groschen-Sparsystem einzuführen, bei dem der einzelne Sparer in Geschäften Marken zum Preise von 10 Pfennig kauft, und, in ein Buch einklebt, das er von der Sparkasse gegen ein Sparkassenbuch oder eine Karte umgetauscht erhält, sobald der Minimalbetrag, den die Sparkasse annimmt (meist Mark 1,—), in Marken erreicht ist, hielt es der Minister für geboten, nicht aus sachlichen Gründen, sondern der Form wegen die Frage zu erörtern, ob die oben zitierten Gesetzes-

Digitized by Google

paragraphen etwa Anwendung fänden. Er verneinte es, weil gegen die Karte resp. das Buch **kein Geld gezahlt,** sondern nur das Sparkassenbuch auf den bestimmten Namen ausgefertigt sei. — Bei der Rabattanstalt wird aber Geld ausgezahlt.

Die große Ähnlichkeit des Groschen-Sparsystems und des Rabatt-Sparsystems läßt daher diese Fragen entstehen. Wenn die Bestimmung des § 7 des oben abgedruckten Vertrages die Rabattmarken resp. Karten oder Bücher zum Inhaberpapier stempelt, dürften obige Bestimmungen zutreffen. Als in der in Bromberg stattgehabten Versammlung hierauf hingewiesen wurde, erwiderte der eine Inhaber der betreffenden Firma, daß der Vertrag unter Mitwirkung eines Rechtsbeistandes ausgearbeitet und einwandsfrei sei. Es ist dabei namentlich zu berücksichtigen, daß § 807 des Bürgerlichen Gesetzbuchs bestimmt, daß § 795 **keine** Anwendung findet bei der Ausgabe von Karten, Marken und ähnlichen Urkunden, in denen ein Gläubiger nicht bezeichnet ist und die von dem Aussteller unter solchen Umständen ausgegeben werden, aus welchen sich ergibt, daß er dem Inhaber zu einer Leistung verpflichtet sein wolle.

Eine staatliche Genehmigung zur Ausgabe der Rabattmarken ist daher nicht erforderlich.

Aber selbst wenn dieser Vertrag gegen die genannten Paragraphen verstieße und daher auch ungültig wäre, wäre es ein leichtes, ihn so abzuändern, daß die Kriterien der zitierten Gesetze nicht zutreffen, daß mithin die bestehende Gesetzgebung über Sparkassen usw. unwirksam wäre.

Es ist daher auch nicht verständlich, mit welchem Recht Polizeiverwaltungen, wie es tatsächlich vorgekommen ist, vor den Rabatt-Spargeschäften öffentlich warnen konnten. So erfreulich dies auch für den um seine Existenz ringenden Detaillisten sein mag, entbehrt doch ein solches Eingreifen der Polizeiverwaltung unseres Wissens der rechtlichen Grundlage. So soll z. B. in Essen die Polizei eine Bekanntmachung erlassen haben, die, nachdem sie das Gebahren der Rabattgesellschaft Fischer & Co. geschildert hatte, mit folgenden Sätzen schloß:

> „Der Geschäftstreibende, der mit der Rabattgesellschaft das bezeichnete Abkommen trifft, hofft durch die Markenausgabe seinen Kundenkreis zu erhöhen, oder dessen Kauflust zu steigern, wird aber, da auch andere Geschäftsleute

Digitized by Google

derselben Branche die Marken führen, sehr bald erfahren, daß diese Hoffnung trügerisch ist. Er hat sich also vollkommen unnütze Ausgaben verursacht, die, da sie 5 Prozent seiner Einnahme betragen, oft in einem argen Mißverhältnis zu seinem sonstigen Geschäftsbetriebe stehen. Vorteil von der gesteigerten Kauflust des Publikums und den Abgaben der Geschäftsleute hat demnach eigentlich nur die Rabattgesellschaft, einen Vorteil, der um so größer ist, als die Markensammler häufig aus irgend einem Grunde keine Gelegenheit finden, ihre Markenbücher auf die volle Zahl von 1000 Marken zu bringen, infolgedessen eine große Zahl bezahlter Marken überhaupt nicht eingelöst wird."

Die bestehende Gesetzgebung versagt unseres Erachtens vollständig und der Gedanke liegt nahe, den Erlaß eines Gesetzes zu fordern.

Hat man doch ein Vorbild im Kanton Bern, der die Rabattgesellschaften einfach verbot und in den Ausführungen zu diesem Verbot den Rabattmarkenhandel mit nicht gerade schmeichelnden Worten als ein „ganz überflüssiges, schmarotzerisches Gebilde" bezeichnete, „das sich zwischen Händler und Konsument hineindrängt und das mit seinen Funktionen selbst im günstigsten Fall niemand nützt, als, so lange es gehen mag, der Rabattmarkengesellschaft selbst, in ungünstigen Fällen aber vielfach für das gesamte beteiligte Publikum höchst schädlich wirken kann. Es ist mit einem Wort und, genau besehen, das Treiben dieser Gesellschaft nicht, wie sie vorgeben, auf Belebung und Förderung von Handel und Verkehr, sondern vielmehr auf einseitige Ausbeutung, ohne genügende Gegenleistung für das Publikum gerichtet."

Von anderer Seite ist das **Verbot der Dividenden-Verteilung** und Ausdehnung des Markenverbots auf die Rabatt-Sparanstalten befürwortet worden, z. B. vom Verband katholischer kaufmännischer Vereinigungen Deutschlands in einer zu Essen im November 1901 abgehaltenen Versammlung.

Erörtert wurde der Gegenstand auch, wie schon oben erwähnt, in der 12. Generalversammlung des Centralverbandes

Digitized by Google

deutscher Kaufleute. Rechtsanwalt Dr. Gennerich, Syndikus des Vereins Berliner Kolonialwarenhändler, erstattete das Referat und schlug eine Resolution vor, in der er sich für eine reichsgesetzliche Regelung der Rabatt-Sparvereinsfrage aussprach.

Auf Grund dieser Resolution sandte der genannte Verband am 31. Januar 1900 folgende Eingabe an den Staatssekretär des Innern, Grafen Posadowsky-Wehner:

Vorort Leipzig. Kreisstadt Gifhorn, 31. Januar 1900.

Eingabe
betreffend die Rabatt-Sparvereine und
Gesellschaften und das Rabatt-Sparunwesen.

Seiner Excellenz
dem Staatsminister und Staatssekretär des Innern,
Herrn Grafen Posadowsky-Wehner,
Berlin,

erlaubt sich der gehorsamst unterzeichnete Vorstand des Centralverbandes deutscher Kaufleute und Gewerbetreibender nachstehende Bitte zur geneigten Kenntnisnahme und Berücksichtigung zu unterbreiten:

Allerorts sind sog. Rabatt-Sparvereine entstanden, die das Verlangen nach Spargelegenheit zu ihrem weiteren Vorteil zu verwenden bemüht sind.

In welcher Weise der Zweck der Rabatt-Sparvereine, als Wohltätigkeitseinrichtungen zu gelten, gemißbraucht wird, ergibt sich aus dem allgemein gehandhabten Geschäftsgebahren. Bei der Gründung werden rein spekulative Absichten verfolgt: Der Hauptzweck der Rabatt-Sparvereine, dem Sparer auch sein Spargeld zu sichern, wird gar nicht erreicht, da man sich auf Grund angeblicher Auslagen so viel geben läßt, daß in den meisten Fällen vom Vermögen des Vereins nichts übrig bleibt. Deshalb ist es erforderlich, daß alle Organe derselben unentgeltlich arbeiten. Ein großer Übelstand ist die Abhängigkeit der Detaillisten vom Vertreter des Sparvereins; der betr. Kaufmann, der einmal kontraktlich gebunden ist, arbeitet mit einem so geringen Nutzen, daß ihm wenig oder gar nichts verbleibt, ja, er hat in den meisten Fällen sogar

Digitized by Google

zusetzen müssen. Ein weiterer Mißstand ist die Terrorisierung des Publikums, indem man die Auszahlungen in der Regel um die Weihnachtszeit vornimmt, wo das Publikum größere Ausgaben zu machen pflegt und so das Geld wieder leicht hingegeben wird; dies dient aber erst recht nicht zum Sparen. Sodann ist es ein großes Erfordernis, daß die Rabatt-Sparvereine Bücher führen, kurzum der Aufsicht der Landesbehörde unterstellt werden müssen; auch bitten wir, sie zur Einkommen- und Gewerbesteuer heranzuziehen.

Zur Beseitigung der vorstehend aufgeführten Mißstände im Rabatt-Sparwesen ist auf unserer Generalversammlung im August v. J. zu Berlin nachstehende Resolution angenommen worden, die wir Ew. Excellenz zu geneigter Berücksichtigung mitzuteilen uns erlauben.

„Der Centralverband deutscher Kaufleute beschließt, bei der Regierung vorstellig zu werden,

A) daß die Rechtsverhältnisse der Rabatt-Sparvereine dahin reichsgesetzlich geregelt werden, daß zur ordnungsmäßigen Erreichung des wirtschaftlichen Zwecks des Sparens
   1. alle ihre Organe unentgeltlich arbeiten und keinerlei Entschädigung oder Bezüge für Aufwand, Auslagen, Unkosten oder sonst wie erhalten;
   2. die Rabatt-Sparvereine gehalten sein sollen, ordnungsmäßig Bücher zu führen;
   3. die Jahresbilanz enthalten solle:
      a) genaue Angaben über die ins Verdienen gebrachten Rabattsummen,
      b) genaue Angaben über die gehabten Unkosten;
   4. die Bilanz jedem Mitgliede eine Woche vor der Generalversammlung zugesendet wird;
   5. jeder unbescholtene Gewerbetreibende auf seinen Antrag als Lieferant für den Verein aufgenommen werden **muß** und seine Absetzung durch den Vorstand nur dann erfolgen darf, wenn er sich nachweisbar der Benachteiligung von Mitgliedern schuldig gemacht hat, daß ihm aber gegen diese Absetzung die Berufung an die Generalversammlung zusteht; daß endlich zur Garantie

Digitized by Google

für die Ausführung dieser Bestimmungen die Rabatt-Sparvereine der Aufsicht der Landesbehörden unterstellt werden;

B) daß in die Gewerbeordnungsnovelle eine Bestimmung dahin aufgenommen werde, daß alle nicht zu den Rabatt-Sparvereinen gehörigen Unternehmungen, die sich mit der Verschaffung oder Vermittelung von Rabatt befassen, den Bestimmungen über die Vermittler unterstellt werden;

C) daß auch die Rabattvereine, da sie nicht als gemeinnützige Vereine betrachtet werden können, zur Zahlung der Gewerbe- und Einkommensteuer herangezogen werden."

Mit der nochmaligen Bitte, daß Ew. Excellenz zur Beseitigung der auf den Mittelstand in Handel und Gewerbe nachteilig einwirkenden Mißstände der vorgenannten Vereine und Gesellschaften im obigen Sinne Maßregeln treffen möchten, verharrt

ehrfurchtsvoll usw.

Es ist nicht recht klar, was damit gemeint ist, die privaten Unternehmungen den Bestimmungen über die Vermittler zu unterwerfen; es ist wohl an § 34 der Gewerbeordnung gedacht, nach dem für gewisse Vermittelungsarten der Betrieb der behördlichen Erlaubnis bedarf.

Wenn man auch mit dem Gedankengang der Eingabe einverstanden sein kann — sind doch die darin aufgestellten Forderungen schon heute von den gemeinnützigen Rabatt-Sparvereinen erfüllt — so ist doch an dem Wortlaut Anstoß zu nehmen.

Man merkt der Eingabe deutlich an, daß sie mit überwiegender, ja, man kann vielleicht sagen, ausschließlicher Berücksichtigung der oben geschilderten **Berliner Verhältnisse** abgefaßt ist. Es bedarf indessen nur einer kleinen redaktionellen Änderung, um sie auch den gemeinnützigen Rabatt-Sparvereinen annehmbar zu machen und diese namentlich vor der Gefahr zu schützen, als auf Gewinn bedachte Unternehmungen betrachtet und der Besteuerung unterworfen zu werden.

Auch die Korporation der Ältesten der Kaufmannschaft entwickelt in dem oben erwähnten Rundschreiben ähnliche Gedanken bezüglich der Gesetzgebung. Sie spricht sich zwar noch nicht bestimmt für solche gesetzliche Regelung aus, will aber den Gedanken **nicht**

Digitized by Google

ohne weiteres **von der Hand weisen** und meint, daß bei solcher Regelung es sich darum handeln werde, eine Kontrolle des Geschäftsbetriebes der Rabatt-Sparvereine zu ermöglichen, den Vereinen die Verpflichtung zu ordnungsmäßiger Buchführung aufzuerlegen, zur Ziehung und Veröffentlichung ordnungsmäßiger Bilanzen und zur Erstattung von periodischen Geschäftsberichten.

Damit wäre die Reihe der gesetzgeberischen Vorschläge erschöpft, wenn man nicht noch die „Umsatzsteuer" erwähnen will, die namentlich Sachsen zur Bekämpfung der Konsumvereine erfolglos angewandt hat.

Es ist bereits oben angedeutet worden, daß man vom Standpunkt der gemeinnützigen Rabatt-Sparvereine aus nichts gegen die von dem Centralverbande deutscher Kaufleute gemachten Vorschläge einwenden kann. Aber ob der Nutzen aus dem Erlaß solchen Gesetzes ein großer wäre, steht sehr dahin. Findige Köpfe verstehen stets, wo ein Bedürfnis des Publikums, sei es berechtigt oder unberechtigt, vorliegt, Lücken im Gesetze zu finden, durch die sie hindurchschlüpfen.

Dann aber arbeitet unsere Reichsgesetzgebungsmaschine in solchen Fragen nicht so schnell, daß der Detaillist in seiner bedrängten Lage darauf warten könnte.

Es bleibt also nur der **Weg der Selbsthilfe** übrig.

Auf verschiedene Weise hat sich der Detaillist gegenüber der Konkurrenz der Konsum- und Beamtenvereine und Rabatt-Spargeschäfte zu wehren gesucht.

In drastischer Weise heißt es in einem Bericht aus Stendal, daß die Patentkassenfabrikanten besonders in den Jahren 1899 bis 1901 goldene Zeiten hatten für den Bau von Kassen, bei denen die Herstellung der Rabattbons die Hauptsache war. Die Kunden hatten stets gefüllte Portemonnaies mit Rabattbons, Prämienbons, Gutscheinen, Konsumvereinsmarken usw. Ein Geschäft suchte das andere in der Höhe des Rabatts zu überbieten; von 2 % stieg man bis zu 12 %.

Diese Art der Hilfe des Einzelnen, wo jeder seinen eigenen Weg wandelt, bringt also keine Rettung aus der Misere, im Gegenteil verschlimmert sie nur.

Anders, wenn die Detaillisten geschlossen zusammenhalten und **den Feind gemeinsam bekämpfen.**

Digitized by Google

In einer Reihe von Städten genügte es, daß die dort bestehenden kaufmännischen Vereine eine Versammlung einberiefen, sich in einer Resolution gegen das Rabattsystem aussprachen und eine Beteiligung ablehnten.

So wird berichtet, daß die Firma Fischer & Co. im Jahre 1900 in Chemnitz festen Fuß zu fassen suchte, und daß es ausreichte, daß der Verein Chemnitzer Kolonialwarenhändler die Erklärung abgab, daß er Rabattmarken nicht ausgebe.

Als dieselbe Gesellschaft Ende 1900 nach Bielefeld kam, nahm der Verein zur Wahrung geschäftlicher Interessen mit Erfolg gegen das Rabattmarkenwesen Stellung.

In Osnabrück waren im Jahre 1901 Agenten der Firma Heinr. Scheidt & Co. aus Essen für die Gründung eines Markengeschäfts tätig. Der dortige Detaillistenverein trat dagegen energisch auf. Mit welchem Erfolge, darüber berichtet das „Osnabrücker Tageblatt" und „Osnabrücker Zeitung" vom 13. Februar 1901 launig:

> „Die einige Wochen hier tätig gewesenen Agenten des Waren-Spar-Rabattgeschäftes Heinrich Scheidt & Co. in Essen a. d. Ruhr haben unsere Stadt plötzlich verlassen und zwar so schnell, daß sie in der Eile ganz vergessen haben, ihrer Wirtin **die schuldige Miete** zu entrichten.
>
> In berechtigter Entrüstung wandte sich die Wirtin an die Firma, für welche die Herren die hiesigen Geschäftsleute einzufangen suchten, erhielt aber statt der erwarteten Entschädigung die karge Mitteilung, daß sie wegen Bedrohung, Geschäftsschädigung und Erpressung bei dem Staatsanwalt angezeigt würde, wenn sie nicht sofort Abbitte täte."

In Leipzig faßte der „Verein selbständiger Kaufleute und Fabrikanten zur Wahrung berechtigter Interessen" im Januar d. Js. folgende Resolution:

> „Der Verein selbständiger Kaufleute und Fabrikanten ist im Prinzip gegen jedes Rabattsystem, sowie gegen jede Rabattbewilligung der Detaillisten an die Konsumenten:
>
> 1. weil durch das Rabattgeben die geschäftlichen Verhältnisse nicht gebessert werden,

Digitized by Google

2. weil ein allgemein zu gewährender Rabatt vorher vom Detaillisten aufgeschlagen werden muß und daher dem Publikum dadurch kein Nutzen erwächst, und
3. weil das Publikum in der Meinung bestärkt wird, daß es durch Barzahlung etwas Außerordentliches leiste, während es damit nur seine Pflicht erfüllt."

Die Wirkung solcher Resolutionen ist an solchen Plätzen, wo überhaupt eine große Einigkeit unter den Detaillisten herrscht, eine günstige, aber doch wohl kaum eine nachhaltige; der Kampf gegen die Rabattanstalten wird daher immer wieder aufgenommen werden. Der „Manufakturist" bemerkt bei der Mitteilung obiger Resolution in Nr. 4 vom 24. Januar 1903:

„Den Standpunkt, den der erstere Verein in der Rabattfrage einnimmt, kann man als den **prinzipiell** richtigen bezeichnen, aber leider kommt es **in der Praxis oft ganz anders.** Glücklich die Kaufleute, welche ihr Publikum so erziehen können, wie die Resolution es mit erfrischender Kürze vorschreibt! Aber Hand aufs Herz — wo sind sie zu finden? Die Tatsache läßt sich nicht leugnen, daß die Rabattgewährung in der Praxis einen starken Anreiz für das Publikum bildet, bar zu zahlen, und was ein richtig organisiertes Rabattsystem im Kampfe gegen Warenhäuser, Konsumvereine und Rabattparasiten vermag, dafür sind — um nur ein paar herauszugreifen — Basel und Bremen zu beachtende Beispiele."

Weiter gehen diejenigen, welche sich gemeinsam durch Namensunterschrift **verpflichten, keinen Rabatt zu gewähren.**

Als im Jahre 1900 in Bromberg ein Warenrabattgeschäft unter dem Namen **„Phönix"** gegründet werden sollte, fand auf Einladung der Handelskammer für den Regierungsbezirk Bromberg eine Versammlung statt, in der sich zahlreiche Detaillisten verpflichteten, mit dem betreffenden Konsortium nicht in Verbindung zu treten. Diese Maßregel hinderte das Entstehen des Geschäfts.

In Essen ging man im Jahre 1901 einen Schritt weiter. Dort führte ein früherer Angestellter eines Rabattmarkengeschäfts in öffentlicher Versammlung aus, daß die zur Be-

Digitized by Google

törung des Publikums angewandten Mittel ihn veranlaßt hätten, öffentlich gegen das Rabattmarkensystem aufzutreten. Es wurde einstimmig beschlossen, eine Vereinigung zu bilden, deren Mitglieder bei **Konventionalstrafen von 200 Mark** für jeden Übertretungsfall vom 1. Februar 1901 ab keine Rabattmarken an die Kundschaft verabfolgen wollten.

In Bromberg entstand Anfang des Monats November 1903 eine Rabattgesellschaft, was auf Antrag von Kleinhändlern der Handelskammer für den Regierungsbezirk Bromberg Anlaß gab, am 5. November eine öffentliche Versammlung abzuhalten. In dieser Versammlung wurde folgende Resolution angenommen:

> „Die Unterzeichneten verpflichten sich gegenüber der Handelskammer für den Regierungsbezirk Bromberg bei einer Konventionalstrafe von 100 Mark für jeden einzelnen Fall, verbindlich von heute ab bis Ende 1908 keinem neuen Rabattmarkensystem beizutreten. Die Unterzeichneten halten es für notwendig, daß sämtliche Rabattsysteme abgeschafft werden."

Dieser letzte Zusatz wurde gefordert, weil auch ein Beamtenverein in Bromberg solche Marken ausgibt. Ein Detaillist erklärte, er habe sich der neuen Firma nur deshalb angeschlossen, weil er von diesem Beamtenverein als Lieferant abgelehnt sei; die Konkurrenz habe ihn also zum Beitritt gezwungen.

Zur Zeit zirkuliert eine Liste, um möglichst viele Unterschriften zu sammeln. Bezeichnend ist, daß sich die im Handelsregister eingetragenen Firmen fast durchweg ablehnend verhalten und **fast nur Kleingewerbetreibende** der Rabattanstalt beitreten. Unzweifelhaft wird ein Vorgehen wie in Essen und Bromberg seine Wirkung nicht verfehlen und zwar **für längere Zeit.** Eine gründliche Beseitigung der vorhandenen Mißstände und eine wirksame Bekämpfung der Beamten- und Konsumvereine und Rabatt-Sparanstalten können solche Maßnahmen indessen nicht herbeiführen.

Digitized by Google

IV. Die gemeinnützigen Rabatt-Sparvereine.

Die „Deutsche Kolonialwaren-Zeitung" schreibt in Nr. 28 vom 12. Juli 1903:

> „Ist es kaufmännisch richtig, den Rabatt, den die Geschäftsleute ihrer Kundschaft gewähren, Privatleuten, Beamten usw. zu übergeben, damit diese den Nutzen davon haben? Wir meinen, nachdem eingesehen worden ist, daß es **ohne Rabatt nicht mehr geht**, sollte den Geschäftsleuten, wenn überhaupt etwas dabei zu verdienen ist, auch nur diesen der Verdienst zugeführt werden."

Der „Manufakturist" berichtet in Nr. 13 vom 28. März 1903, daß die Waren-Rabattgesellschaft m. b. H. (A. Wiedenbach) sich im März 1903 in Cassel niedergelassen hat und fährt fort:

> „Dem Detaillistenverband für Hessen und Waldeck haben wir geraten, einen Rabatt-Sparverein nach Bremer Muster ins Leben zu rufen. Das ist das beste Mittel gegen Wiedenbach; denn wenn schon einmal Rabatt gegeben wird, dann ist es besser, die Kaufleute und Gewerbetreibenden behalten die Leitung selbst in der Hand, anstatt überflüssige Dritte fett zu machen."

Sowohl die „Deutsche Kolonialwaren-Zeitung" in Berlin, die „Kolonialwaren-Zeitung" in Leipzig, wie der „Manufakturist" in Hannover und Günthers „Bäckerzeitung", Berlin, verfolgen seit geraumer Zeit mit großer Aufmerksamkeit die vorliegende Frage und treten warm für die gemeinnützigen Rabatt-Sparvereine ein; der Verfasser hatte keine Gelegenheit, auch bei der übrigen Fach- und Tagespresse Umschau zu halten, nimmt jedoch an, daß auch sie in steigendem Maße diesen Bestrebungen Beachtung schenkt. Es ist dies freudig zu begrüßen, da ja die Presse, namentlich die Provinzpresse und Fachpresse außerordentliches zur Förderung gemeinnütziger Bestrebungen tun kann.

Man kann mit vollem Recht die gemeinnützigen Rabatt-Sparvereine als **Kinder der Not** bezeichnen. Wenigstens in der ersten Zeit sind die Rabatt-Sparvereine nur „der Not gehorchend, nicht dem eigenen Triebe" entstanden, als nämlich die Kaufleute sich auf andere Weise gegen die immer mächtiger werdende Konkurrenz der verschiedenen Vereine nicht mehr retten konnten.

Digitized by Google

Erst in einem späteren Stadium ist man, als die Kunde von den erzielten Folgen in immer weitere Kreise drang, dazu übergegangen, solche Vereine auch dort zu gründen, wo die Zustände noch nicht dazu zwangen.

Die Idee solcher gemeinnütziger Rabatt-Sparvereine war, wie wir oben gesehen, bereits im Jahre 1877, dann 1881, von einem Theoretiker erörtert worden. Sein Plan ging dahin, sie in Verbindung mit Versicherungsgesellschaften zu setzen, um dem Käufer je nach Wahl eine Leibrente, Alters- und Invalidenversicherung, Kinderversorgung usw. zu verschaffen. Der Rabatt sollte also nur auf Verlangen ausgezahlt, sonst für diese Versicherungszwecke verwendet werden.

Diese Idee war verfrüht und tauchte obendrein im ungünstigsten Zeitpunkte auf. Die damalige Zeit war für die Ausführung solcher Gedanken nicht geeignet.

So mußte denn die Entwickelung ihren natürlichen Gang gehen; **immer schlimmer mußte es werden,** bis die Not als Lehrmeister auftrat.

In Bremen bestand etwa seit dem Jahre 1870 ein Konsumverein, als Genossenschaft nach Schulze-Delitzschem Muster mit solidarischer Haftung und mit dem Zweck, seinen Mitgliedern gute und billige Kramwaren zu schaffen. Dieser Konsumverein verwandelte sich in eine Aktiengesellschaft, bei der nach Angaben des Vereins Bremer Ladeninhaber die sogenannte Mitgliedschaft für 0,25 Mk. erworben werden kann. Weder der Konsumverein noch die Aktiengesellschaft gediehen besonders. Da schloß man Rabattverträge mit Bäckern, Schnittwarenhändlern usw. „Alle Fortschritte des Konsumvereins beruhten darauf, daß er seine Opfer einzeln vornahm, und der Einzelne keinen Rückhalt an seinen Berufsgenossen hatte."

Der Umsatz dieses Konsumvereins belief sich

im	Jahre	1896	auf	Mk.	2 550 552
„	„	1897	„	„	2 689 943
„	„	1898	„	„	3 214 048
„	„	1899	„	„	3 490 745

Angesichts dieser immer bedrohlicheren Erstarkung des Konsumvereins, die, **wie man erkannt hatte,** Folge der Lieferantenverträge war, mußte die Idee der Gründung eines eigenen

Digitized by Google

Rabattvereins auftauchen. Schon im Jahre 1896 wurde in Versammlungen des Vereins Bremer Ladeninhaber darüber verhandelt, ohne daß aber die Anregungen zu einem praktischen Ergebnis führten.

Als jedoch im April 1899 bekannt wurde, daß eine Waren-Rabatt-Gesellschaft System Wiedenbach sich in Bremen niederlassen wolle und bereits mit einer großen Anzahl Geschäftsleute Verträge abgeschlossen hatte, da drängte sich, wie der Rabatt-Sparverein Brema in seinem ersten Geschäftsbericht mitteilt, gebieterisch die Frage auf, wie diesem Unternehmen, das der betreffenden auswärtigen Gesellschaft großen Nutzen, dem Käufer Nutzen von höchst zweifelhaftem Wert, dem dortigen Händler nur Verpflichtungen bringen konnte, sofort und wirksam entgegen zu treten sei.

Es fand, hauptsächlich auf Betreiben der Herren v. d. Emde und C. A. Nicolaus am 15. Mai 1899 eine Versammlung statt, die sich mit der **Gründung eines Rabatt-Sparvereins** einverstanden erklärte. Die Konstituierung erfolgte sofort mit 75 Mitgliedern. Am 26. Mai 1899 fand die erste ordentliche Generalversammlung statt zwecks Annahme der Satzung und Wahl des Vorstandes. Die Zahl der Mitglieder erhöhte sich an diesem Abend auf 100. Zum ersten Vorsitzenden wurde Herr v. d. Emde, zum Stellvertreter Herr Nicolaus gewählt.

Ende Mai war die Mitgliederzahl auf 300 angewachsen.

Das lebhafte Interesse des Publikums veranlaßte immer mehr Geschäfte, dem Verein beizutreten. Im November 1899 gehörten dem Verein schon 700 Mitglieder an. Wie erging es der Wiedenbach-Gesellschaft?

> „Das Publikum, durch uns rechtzeitig über die eigennützigen Zwecke dieser Gesellschaft aufgeklärt, hat dem Unternehmen durchaus kein Wohlwollen bewiesen, so daß die Gesellschaft ihren Betrieb als völlig aussichtslos aufgehoben und dem undankbaren Bremen bereits den Rücken gewandt hat, während ähnliche Gesellschaften in vielen anderen Städten große Erfolge erzielt haben, weil dort versäumt ist, rechtzeitig dagegen einzuschreiten."

Mit welchem Korpsgeist und bewundernswertem Eifer der Vorstand des Vereins die Geschäfte leitete, geht wohl aus der

Digitized by Google

Tatsache hervor, daß er manche Nacht geopfert hat, um die Arbeit zu bewältigen. Selbstverständlich hatte der Verein, namentlich vom Konsumverein, große Anfeindungen zu bestehen. Wir haben die Ziffern seines Wachstums bis zur Gründung des Rabatt-Sparvereins oben angegeben. Folgen wir jetzt den Angaben dieses Vereins, so sank der Umsatz von der im Jahre 1899 erreichten Höhe (Mk. 3 490 745)

im Jahre 1900 auf Mk. 2 739 231
" " 1901 " " 2 467 117
" " 1902 " " 2 216 635

„Daß diese Steigerung bis zum Jahre 1899 im Jahre 1900 sich nicht fortsetzte, sondern im Gegenteil in ein sehr bedeutendes Minus von fast 3/4 Millionen sich verwandelte, kann wohl mit allem Recht als ein Erfolg unserer Tätigkeit für uns in Anspruch genommen werden, und trotz alles hochtönenden Phrasengeklingels im letzten Jahresbericht ist die unangenehme Tatsache nicht zu beseitigen, daß auch 1902 einen Rückgang des Umsatzes von 1/4 Million gegen das Vorjahr ergab. Mit aller Sicherheit ist aber anzunehmen, daß die bis zur Gründung unseres Vereins im Juni 1899 anhaltende **Umsatzsteigerung** ihren ruhigen Fortgang genommen hätte, wenn wir nicht zur Abwehr uns zusammengeschlossen hätten. Der Umsatz würde dann im letzten Jahre vielleicht 5 Millionen schon überschritten haben. Wie vielen kleinen Geschäftsleuten durch diese Steigerung die Existenz geraubt wäre, ist ziemlich genau zu berechnen."

Der Umsatz des Rabatt-Sparvereins Brema stieg von der Gründung an beständig.

Im Jahre 1899 wurden in 7 Monaten Marken entnommen im Gesamtbetrage von

		Mk. 108 820	gleich einem Umsatz von Mk.	2 176 400
1900	für	" 303 410	" " " " "	6 068 200
1901	"	" 412 280	" " " " "	8 245 600
1902	"	" 501 200	" " " " "	10 024 000.

Die Mitgliederzahl wuchs bis 1. Januar 1903 auf 1115. Es wurden Bücher eingelöst

1900: für Mk. 235 680
1901: " " 368 790
1902: " " 504 840.

Digitized by Google

Der als Sicherheit für die im Umlauf befindlichen Marken dienende Fonds betrug am 1. Januar 1903: Mk. 205 389 und wurde zum Teil bei der Sparkasse zu 2½ % angelegt, zum größeren Teil zum Zinsfuß von 3¾ % auf Häuser belegt und zwar in neun Posten bis Ende 1902: Mk. 163 000.

Ähnliche Ursachen führten in anderen Städten zur Bildung von Rabatt-Sparvereinen, namentlich aber war es die Kunde von den Erfolgen des Bremer Vereins, die überall hindrang und zur Nacheiferung weckte. Zum Teil wurden solche Vereine direkt unter Mitwirkung des Bremer Vereins gegründet, so der Verein in **Stendal** am 12. Januar 1902.

Aus diesem Grunde ist gerade des Bremer Vereins so ausführlich Erwähnung getan worden. Denn der älteste Verein, nach dessen Geschäftseinrichtung sich gleichfalls viele Vereinigungen in anderen Städten bildeten, ist der **Rabatt-Sparverein Hannover.**

Auch er war **zur Abwehr gegen eine bestimmte Firma** 1898 gegründet worden. Es kam ihm zu statten, daß die Gewerbebank, Vorschußvereinsbank und Kreditbank dem jungen Institut ihre Unterstützung angedeihen ließen, indem sie die Einlösung der gefüllten Rabatt-Sparbücher und den Markenverkauf kostenlos übernahmen.

Durch die Einlösung der Bücher erhielt natürlich das Vertrauen des kaufenden Publikums eine andauernde Festigung.

Der Mitgliederbestand betrug Ende 1902: 425.

Der Absatz an Rabattmarken war

1899:	Mk.	28 700
1900:	„	55 300
1901:	„	76 500
1902:	„	91 050.

Die für Rabattmarken eingehenden Gelder sind teils in mündelsicheren Papieren, teils in Sparkassenguthaben bei den erwähnten Banken angelegt.

Der **Rabatt-Sparverein Magdeburg** wurde am 27. Oktober 1901 unter Mitwirkung der städtischen Sparkasse mit einer Mitgliederzahl von 150 Mitgliedern gegründet. Anfangs November 1901 betrug dieselbe 300, stieg bis Ende Dezember

Digitized by Google

1902 auf 950. Mitte April d. Js. war der Verein auf 1120 angewachsen, hat also den Bremer Verein an Umfang erreicht. Marken wurden 1902 ausgegeben für Mk. 469 840, gleich einem Umsatz von Mk. 9 396 800.

Eingelöst wurden Bücher für Mk. 295 810, so daß ein deponierter Einlösungsfonds von Mk. 174 030 in das Jahr 1903 hinübergenommen wurde. Als die Arbeitslast zu groß wurde, wurde vom Bankhause Friedrich Freise eine Central-Zahlstelle übernommen, von der in den Vororten 5 Ausgabestellen ressortieren. Am 22. Juli 1902 wurde der Verein in das Vereinsregister eingetragen.

Der Verein in **Stendal**, über dessen Gründung oben berichtet wurde, trat mit 70 Mitgliedern ins Leben. Der Bestand wuchs bis Ende 1902 auf 217. Marken wurden entnommen für Mk. 72 250, gleich einem Umsatz von Mk. 1 445 000. Sparbücher wurden eingelöst im Betrage von Mk. 38 630, so daß bei der Sparkasse ein angelegter Bestand von Mk. 33 620 in das Jahr 1903 hinübergenommen wurde.

Der Konsumverein zählte:

vor Gründung des Vereins, Mitglieder	1900:	2071,
„	1901:	2327,
„	1902:	2441,
nach Gründung „ „ „	1903:	2392.

Von anderen Vereinen liegen keine Jahresberichte vor, doch dürften wohl die Anfang nächsten Jahres zu erwartenden Mitteilungen allenthalben die gleiche aufsteigende Entwickelung zeigen.

Es sind dem Verfasser folgende gemeinnützige Rabatt-Sparvereine dem Namen nach bekannt:

Berlin, Bernburg, Bremen, Chemnitz, Dessau, Gardelegen, Halle a. S., Hannover, Magdeburg, Raguhn, Rochlitz, Stendal, Stuttgart, Waldheim,

die am 3. August 1902 in Leipzig im Hotel de Pologne unter dem Vorsitz des Herrn Nicolaus einen **Verband der Rabatt-Sparvereine Deutschlands** gründeten, der 1903 in Magdeburg tagte, wo bereits Vereine mit zusammen 12 000 Mitgliedern vertreten waren.

Digitized by Google

Ferner sind bekannt die Vereine in:

„Althaldensleben, Artern, Barmen, Bischofswerder, Brakel, Delitzsch, Eisenach, Elberfeld, Eßlingen, Frankfurt a. M., Gera, Glatz, Göppingen, Greiz, Harburg, Hirschberg, Königsberg, Königstein, Nebra, Neuhaldensleben, Pirna, Potschappel, Rudolstadt, Ruhla, Sagan, Schmiedeberg, Schmölln, Schramberg, Seesen, Tangermünde, Torgau, Ulm, Warburg, Wolfenbüttel, Wolmirstedt, Zeitz, Zittau."

In Stettin soll ein Verein nach dem Warensystem bestehen. Die Zahl der bestehenden Vereine ist jedoch sicherlich bei weitem größer und hat die Zahl 100 gewiß überschritten. Sobald der oben erwähnte Verband, auf den wir noch näher zu sprechen kommen, mehr erstarkt sein und ein eigenes Verbandsorgan herausgeben wird, wird man besser als jetzt in der Lage sein, sich ein Bild von der ganzen Entwickelung zu machen. Zur Zeit dienen ihm drei Fachzeitschriften als Organe. In der ersten Anlage sind die Satzungen dieses Verbandes abgedruckt.

Die Behörden, namentlich die städtischen, legten den Rabatt-Sparvereinen keine Schwierigkeiten in den Weg, nahmen im Gegenteil eine sehr wohlwollende Haltung ein.

Insbesondere gestatteten zahlreiche Stadtverwaltungen den städtischen Sparkassen, mit den Rabatt-Sparvereinen in Verbindung zu treten und sie bei Erfüllung ihrer Aufgaben unentgeltlich zu unterstützen. Zu erwähnen sind: Magdeburg, Stendal, Waldheim, Rochlitz, Oschatz u. a. m. Die Sparkassen übernehmen danach die Aushändigung der in verschlossenen Paketen befindlichen Marken gegen Zahlung des auf dem Umschlage angegebenen Betrages. Der Verein erhält ein Konto, in das die Einzahlungen der Mitglieder eingetragen und die Rückzahlungen an die Kunden abgeschrieben werden. In Magdeburg rief die Frage der Unterstützung des Rabatt-Sparvereins eine lebhafte Debatte im Stadtverordnetensaal hervor. Die Vertreter des dortigen Konsumvereins traten heftig dagegen auf.

Ihnen soll Bürgermeister Fischer unter anderem folgendes erwidert haben:

„Wir im Magistrat waren überzeugt, den Kleinbürgern unserer Stadt durch diese Maßnahme Vorteile gegen das Großkapital zu verschaffen. Ferner: Der Rabattverein er-

weise sich als ein Segen für die Gewerbetreibenden; das habe sich namentlich beim Weihnachtsgeschäft gezeigt, das beweise auch die große Anzahl der Mitglieder."

Oberbürgermeister Dr. Ebeling in Dessau trat energisch für das Rabatt-Sparsystem ein, indem er sich auf dem in Dessau abgehaltenen Verbandstage der Kolonialwarenhändler wie folgt äußerte:

„Welchen besonderen Wert die Rabatt-Sparkassen gegenüber der Rabattgewähr einzelner Kaufleute fürs Publikum haben, ist leicht zu ermessen. Die Konsumenten brauchen doch nicht lediglich vom Bäcker, nicht lediglich vom Kolonialwarenhändler Waren, und sie ziehen es vor, bei Geschäften aller Branchen den Rabatt zu bekommen, so daß sie unter den Lieferanten eine beliebige Auswahl haben und für ihren ganzen Wirtschaftsverkehr einen **Diskont auf Barzahlung** genießen. Die Rabatt-Sparvereine sind eine Folge der Konsumvereine, und sie bieten den Geschäftsleuten so ganz nebenbei noch den Vorteil wirtschaftlichen und kollegialen Zusammenschlusses; auf das Publikum aber wirken sie erzieherisch, weil sie **die Borgsucht verdrängen** und dem Geschäftsmann das damit verbundene Risiko abnehmen!"

Auch im sächsischen Landtage kam bereits die Frage der Rabatt-Sparvereine wiederholt zur Sprache. Der Regierungskommissar Geh. Rat Dr. Roscher äußerte sich zu dieser Frage u. a. wie folgt:

„Da sind nun, was im März v. Js. von den Herren Schieck und Liebau hervorgehoben worden, die Rabatt-Sparvereine und ihre Organisierung in den beiden Städten Waldheim und Rochlitz von hohem Interesse. Diese Vereine können eine günstigere Hoffnung für die Zukunft des Kleinhandels wesentlich stärken. Aber freilich beruht diese Hoffnung auf der Anwendung der eigenen Kräfte des Kleinhandels. Nach dem Vorbilde von Bremen und Basel haben Waldheim und Rochlitz ihre Vereine gegründet. Aus Basel ist uns berichtet worden, daß die Schwierigkeiten, die zu überwinden waren, um diese Vereinigung

Digitized by Google

ins Leben zu rufen, außerordentlich groß waren, insbesondere die **Mutlosigkeit des Kleinhandels** und das gegenseitige Mißtrauen, das überwunden werden mußte, ehe ein solcher Verein mit einer gewissen Kraft ins Leben treten konnte. Daß diese Rabatt-Sparvereine günstig gewirkt haben, das wird schon jetzt aus beiden Städten berichtet. Aus Waldheim wie aus Rochlitz wird eine erhebliche Zunahme des Kaufes gegen bar berichtet, und das halte ich für eine erzieherische Maßregel, die nicht hoch genug geschätzt werden kann. Denn das Borgsystem ist für die Borgenden, und für die, die die Darleiher sind, gleichmäßig ein Übel. Die Förderung der Barzahlung durch Rabatt-Sparvereine ist freudig zu begrüßen, ebenso die gemeinsame genossenschaftliche Tätigkeit; sie führt die Tüchtigeren unter den Handeltreibenden enger zusammen. Wenn man so weiter geht, wie in Basel, wo der reelle Geschäftsbetrieb der dem Verein angehörenden Firmen durch die Vereinsverwaltung selber mit kontrolliert wird, so haben wir das, was man in weiterem Umfange wünschen könnte, nämlich eine Selbstzucht in den eigenen Reihen der Handelsbetriebe. Dabei ist der große Vorteil, daß diejenigen, die einem solchen Rabatt-Sparverein als Käufer beitreten, die Wahl haben, bei welchem der angeschlossenen Geschäfte sie kaufen wollen. Es wird also das Gesunde der Konkurrenz dabei nicht so beseitigt, wie es bei den Konsumvereinen vielfach der Fall ist."

Auch die preußische Regierung hat neuerdings den Rabatt-Sparvereinen ihre Aufmerksamkeit zugewandt. Der Minister für Handel und Gewerbe forderte die Handelskammer zu Halberstadt auf, ihm bis zum 15. Juli d. Js. über die in ihrem Bezirke bestehenden Rabatt-Sparvereine (Stendal, Althaldensleben, Gardelegen, Wolmirstedt) zu berichten. Aus diesem Berichte geht hervor, daß auch dort die überall beobachteten günstigen Erfolge zu Tage getreten sind.

Der Centralverband deutscher Kaufleute und Gewerbetreibender schrieb in Nr. 6 seines Organs vom Juli/August d. Js. über die Einforderung des Berichts:

Digitized by Google

„Diese Tatsache läßt erkennen, daß die in den Rabatt-Sparvereinen geübte Selbsthilfe der Detaillisten die Beachtung der Regierung gefunden hat.“

Angeblich soll das staatswissenschaftliche Seminar der Universität Leipzig mit einer geschichtlichen Darstellung der bisherigen Entwickelung der Rabatt-Sparvereine betraut werden. Es ist weiter nichts darüber bekannt geworden; jedenfalls würde eine solche wissenschaftliche Arbeit auch von praktischem Wert sein. Daß natürlich auch in den Reihen der Kaufleute selbst und deren Verbände die Erkenntnis vom Nutzen der Rabatt-Sparvereine immer mehr wächst, bedarf keiner Hervorhebung. So wurde in Wernigerode auf dem letzten Verbandstage der Detaillisten der Herzogtümer Braunschweig und Anhalt und der Provinz Sachsen in diesem Sommer die Gründung von Rabatt-Sparvereinen warm empfohlen. Es ist anzunehmen, daß diese Frage **im nächsten Sommer** eine große Rolle auf den verschiedenen Verbandstagen spielen wird.

Über den praktischen Wert der gemeinnützigen Rabatt-Sparvereine sind schon einige Urteile unter Beibringung statistischen Materials vorweggenommen. Indessen wären die wenigen Zahlen über das Zusammentreffen der Gründung der Rabatt-Sparvereine und des Rückgangs von Konsumvereinen nicht beweiskräftig; es könnte hier ein Zufall vorliegen. Aber ähnliche Angaben werden aus allen Orten gemacht. Freilich kann man über den möglichen Umfang des Erfolges ein abschließendes Urteil nicht fällen. Die Konsum- usw. Vereine sind gewissermaßen überrumpelt worden; sie sind von dem gegen sie gemachten Vorstoß überrascht und haben noch keine Zeit gefunden, Gegenmaßregeln vorzubereiten. Erst die Zukunft wird daher lehren, **wieviel** die Rabatt-Sparvereine zu leisten vermögen. **Genug** in jedem Falle, um ihre Gründung zu empfehlen.

Hören wir, wie sich die Vereine selbst dazu äußern.

Der Stendaler Rabatt-Sparverein stellt in seinem ersten Jahresbericht fest, daß dem Konsumverein Abbruch geschehen ist und ferner

1. daß der Umsatz gestiegen ist,
2. daß die Borgverkäufe und infolgedessen auch die direkten Verluste bedeutend abgenommen haben,

Digitized by Google

3 daß von auswärtigen Kunden mehr wie früher in Stendal gekauft wird,
4. daß das Stendaler Publikum weniger an andern Plätzen kauft usw.

„Bei Gründung des Vereins wurde uns vielfach gesagt, daß es mit Aussicht auf Erfolg bereits vor 10 Jahren hätte geschehen müssen. Wir sagten uns aber, daß wir noch 10 Jahre vor andern Städten, wie z. B. Görlitz, Breslau, Neustadt-Magdeburg, Frankfurt a. O., Ilmenau usw., voraus haben, in denen nur noch verschwindend wenige selbständige Geschäfte existieren können und daß wir es in den folgenden 10 Jahren nicht auch so weit dürfen kommen lassen usw."

Der Magdeburger Verein schreibt:

„Solange kein Dividendenverbot für Konsumvereine von der Gesetzgebung zu erlangen ist, solange Angehörige höchster Behörden Großbazare besuchen und Beamten- und Offizierwarenhäuser begünstigen, haben wir allen Anlaß, unsere Einrichtung nach Kräften zu fördern und nötigenfalls weiteren Zielen zuzuführen.

Die Nützlichkeit solcher Rabatt-Sparvereine sei kurz zusammengefaßt in folgenden Punkten:

1. Einheitlicher Zusammenschluß der Geschäftsleute, die sich als Kollegen, nicht als Konkurrenten betrachten sollen.
2. Gemeinsame Reklame für unsere Mitglieder in zweckmäßiger Form, unter Ersparung eigener kostspieliger Reklame.
3. Nachdrückliche Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs.
4. Förderung des Bareinkaufs der Kunden und Beseitigung des leichtfertigen Kreditgebens.
5. Hebung des Geschäftsansehens durch soliden Geschäftsbetrieb, zu welchem die Mitglieder angehalten werden.
6. Gleichmäßige Preishaltung für alle Kunden ohne Sondervergünstigungen an Vereine usw.
7. Unabhängigkeit von Erwerbs-Rabattgesellschaften und Konsumvereinen.
8. Rechtsschutz unserer Mitglieder in nötigen Fällen.

Digitized by Google

Diese Punkte werden bei allseitiger Handhabung dazu beitragen, uns gegenüber den Gegnern eine feste Position zu schaffen, das Opfer des gewährten Rabatts wird aufgewogen durch Erhaltung der alten und Erwerbung neuer Kundschaft.

Es ist unbestreitbar, daß das System der Rabatt-Sparvereine allgemein Sympathieen findet, und das muß für uns gegenüber allen bisher vorgebrachten Bedenken maßgebend sein.

Wir halten die Einrichtung für eine **wertvolle Waffe im Kampfe gegen die Warenbazare und Konsumvereine,** und wenn sichere Anzeichen sich bestätigen, so werden wir in nicht ferner Zeit die Beweise davon sehen."

Von anderen Plätzen wird berichtet, daß die Hausierer ebenfalls durch die Tätigkeit der Rabatt-Sparvereine weniger Geschäfte machen, daß selbst Mitglieder von Konsumvereinen bei Geschäftsleuten, die solchem Verein angehören, kaufen, vor allem aber, daß das Gefühl der Solidarität in hohem Maße gefördert wird. „Die Parasiten bekommen wir zunächst nur durch Rabatt-Sparvereine vom Leibe", so äußert sich drastisch die „Kolonialwarenztg." in Nr. 40 vom 4. Oktober d. Js.

In einem Flugblatte eines Vereins wird ausgeführt, daß, wenn der Detaillistenstand etwas Großes, Geschlossenes vollbringen will, er einig sein muß, denn Einigkeit ist Macht und Macht führt zum Sieg!

„Das Rabatt-Sparsystem, jetzt im Verhältnis noch in wenigen Städten eingeführt, wird sich mit der Zeit — richtig erfaßt und durchgeführt — als ein gewaltiger Damm erweisen und hoffentlich wird dieses System nochmals die Grundlage einer Vereinigung, eines Zusammengehens des heute zerrissenen und nichts geltenden deutschen Detaillistenstandes, dem man dieselben Worte zurufen kann, die jüngst der preußische Handelsminister Möller in Cöln den deutschen Handwerkern zugerufen hat: „Das Handwerk könne aber nur blühen, wenn alle Handwerker erkennen, daß eigene Kraft, der eigene Fleiß und die eigene Ausdauer das Rückgrat ihrer Tätigkeit bilden müsse."

Digitized by Google

Der Vorsitzende des Rabatt-Sparvereins Harburg, Herr Julius Oberdorff, schrieb dem Verfasser am 4. November d. Js. u. a.:

„Unser Rabatt-Sparverein wurde am 5. Januar 1903 mit 52 Mitgliedern gegründet und hat heute fast 400 Mitglieder, unter denen die Gruppe der Kolonialwarenhändler einen eigenen Einkaufsverein gegründet hat.

Die Gründung des Rabatt-Sparvereins hat sich als bestes Gegenmittel gegen Konsum- und Beamtenvereine wie Warenhäuser gezeigt und ist ein merklicher Rückgang besonders der Konsumvereine am Platze zu verzeichnen, speziell haben wir verhindert, daß noch weitere Filialen eröffnet werden.

Wir haben bis jetzt einen Warenumsatz von ca. 3 Millionen Mark erzielt, denn es sind für ca. Mk. 150000 Rabattmarken verkauft.

Ich empfehle Ihnen, warm für **Gründung eines Rabatt-Sparvereins einzutreten, denn es ist, meiner Ansicht nach, das einzige Mittel, den gewerblichen Mittelstand zu erhalten und zu heben.**“

V. Weitergehende Tätigkeit der Rabatt-Sparvereine.

Wir wären hiermit eigentlich am Schlusse unserer Betrachtungen über die Rabatt-Sparvereine angelangt, wenn nicht die Tätigkeit mancher Vereine nach den Satzungen sich weiter erstrecken soll oder kann, als auf das Rabattgeben.

Es muß daher z. B. erwähnt werden, daß sich aus den Vereinen heraus für manche Branche (z. B. Kolonialwarenbranche) Einkaufsvereinigungen gebildet haben und daß der Vorstand des Bremer Vereins zunächst für eine Anzahl Artikel (Petroleum, Zucker [gemahlen und in Broden, Würfel oder Block], transparente Glycerin-Seife, braune Hausseife, braune Schmierseife, Schmalz, Salz, Soda, Thompsons Seifenpulver „Schwan“) Minimalpreise festgesetzt hat, da es ihm obliegt, gegen das Schleudern der Preise einzuschreiten.

Digitized by Google

Der Vorstand erwähnt in seinem Bericht, daß er sich damit eine **große Arbeitslast** aufgebürdet habe.

Als Freund der Rabatt-Sparvereine kann man diese nur warnen, sich zu viel vorzunehmen. Namentlich die z. Zt. führenden Vereine zu Bremen, Magdeburg, Hannover usw. müssen dessen eingedenk sein, daß sie eine große Verantwortung tragen. Der Ausbau der Organisation, die wie alles Irdische, auch ihre Fehler und Schwächen hat, wird noch manche Mühe kosten und manches Problem wird noch zu lösen sein. In der Beschränkung zeigt sich erst der Meister; mögen daher die Vereine der so naheliegenden Versuchung, das Feld ihrer Tätigkeit zu erweitern, widerstehen. Die Ämter müssen ehrenamtlich ausgeübt werden, wenn nicht wieder neue Unkosten und Schwierigkeiten wegen der Kontrolle der Geschäftsführung auftauchen sollten. Mögen weiteren Zielen andere event. zu schaffende Spezialorganisationen dienen, denen andere Männer ihre besondere Aufmerksamkeit als Vorstandsmitglieder zuwenden.

Wohl kann man damit einverstanden sein, daß die Rabatt-Sparvereine zum Weihnachtsfeste oder zu anderer Zeit Aufrufe versenden, wie es z. B. der Verein in Magdeburg getan hat.

Ein bestimmtes Feld der möglichen Tätigkeit der Rabatt-Sparvereine jedoch muß erwähnt werden. In dem Bericht des Rabatt-Sparvereins Brema über das Geschäftsjahr 1902 heißt es:

> „Anregungen auf Ausdehnung der Zwecke unseres großen Vereins auch auf andere Gebiete, z. B. die Gründung einer in Verbindung mit unseren Einrichtungen recht gut denkbaren Spar- und Vorschußkasse, sowie einer eigenen Krankenkasse, **einer eigenen Versicherung**, welche großen Nutzen schaffen könnte, sind von außerhalb und innerhalb des Vorstandes wiederholt gegeben und noch eingehend erwogen worden. Wenn der Zeitpunkt dafür gekommen ist, werden wir damit hervortreten, doch bedürfen solche Projekte sorgfältigster Prüfung."

Mit Recht nimmt der Vorstand des Bremer Vereins diese vorsichtige Haltung ein. Von Interesse aber ist, zu sehen, wie die natürliche Entwickelung der Dinge die Idee wieder zu neuem Leben erweckt hat, die vor einer Generation ein Theoretiker voraussschauend entwickelte.

Digitized by Google

Anhang.

I. Satzungen des Verbandes der Rabatt-Sparvereine Deutschlands.

I. Name, Sitz und Zweck des Verbandes.

§ 1.

Der Verband führt den Namen „Verband der Rabatt-Sparvereine Deutschlands" und hat seinen Sitz in Bremen.

Er bezweckt durch den Zusammenschluß der einzelnen, aus selbständigen Kaufleuten und Gewerbetreibenden bestehenden, Rabatt-Sparvereine die Wahrnehmung und Förderung der geschäftlichen Interessen der Mitglieder derselben.

II. Eintritt und Beitrag.

§ 2.

Jeder aus selbständigen Kaufleuten und Gewerbetreibenden bestehende Rabatt-Sparverein Deutschlands, dessen Grundlagen den Zwecken des Verbandes entsprechen, kann in den Verband aufgenommen werden. Dem Aufnahmeantrag sind 3 Exemplare der Vereinssatzungen beizufügen, ferner ist die Mitgliederzahl anzugeben und die Anerkennung der Verbandssatzungen auszusprechen. Neuanmeldungen werden durch die Vereinsorgane bekannt gegeben.

Der Vorstand entscheidet über die Aufnahme. Im Falle der Ablehnung steht dem abgewiesenen Verein Berufung an den Verbandstag zu.

§ 3.

Die Beiträge zu den Kosten des Verbandes sind stets für das volle Jahr, in welchem der Eintritt oder Austritt stattfindet zu entrichten und zwar: beträgt der Beitrag für den Verbandsverein 10 Pf. pro Kopf seiner Mitgliedschaft. Der Mindestbeitrag für jeden Verein beträgt Mark 10,—.

Der Beitrag ist zu Beginn des Geschäftsjahres, welches vom 1. Juli bis 30. Juni läuft, an den Rechnungsführer porto- und bestellgeldfrei einzusenden.

Digitized by Google

III. Aufhören der Mitgliedschaft.

§ 4.

Die Mitgliedschaft endigt:

a) durch dem Vorstand schriftlich erklärten Austritt aus dem Verbande. Die Kündigung hat spätestens 3 Monate vor Ablauf des Geschäftsjahres zu erfolgen,

b) durch Ausschluß, welcher durch den Vorstand erfolgen kann, wenn der Verein gegen die Satzungen und die Allgemeininteressen des Verbandes gröblich verstößt. Dem ausgeschlossenen Verein steht gegen solchen Beschluß Berufung an den Verbandstag zu.

§ 5.

Ausgetretene oder ausgeschlossene Vereine verlieren mit ihrem Ausscheiden alle Ansprüche an das Vermögen des Verbandes.

IV. Organe des Verbandes.

§ 6.

A. Der Vorstand.

a) Die Leitung, Vertretung und Verwaltung des Verbandes erfolgt durch den Vorstand. Derselbe besteht aus 9 Mitgliedern, nämlich dem Vorsitzenden, dem Schriftführer, dem Rechnungsführer, welche dem Vorort des Verbandes angehören können, ferner 6 Beisitzern, welche 6 verschiedenen Vereinen angehören müssen.

b) Die Wahl der Vorstandsmitglieder erfolgt auf dem Verbandstage nach obiger Reihenfolge. Der so gebildete Vorstand wählt aus den 6 Beisitzern den stellvertretenden Vorsitzenden, Schriftführer und Rechnungsführer. Alljährlich scheidet ein Drittel der Vorstandsmitglieder nach dem Alter ihrer Wahl, bei den ersten beiden Malen durch das Los, aus. Die Ausscheidenden können wiedergewählt werden.

§ 7.

Der Vorstand tritt nach Ermessen des Vorsitzenden jährlich einmal, außerdem auf Antrag von mindestens drei Vorstandsmitgliedern zu seinen Beratungen zusammen und faßt seine Be-

Digitized by Google

schlüsse durch Stimmenmehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Vorsitzende. Der Vorstand ist beschlußfähig, wenn mindestens 5 seiner Mitglieder anwesend sind.

§ 8.

Der Vorstand kann zur Bearbeitung wichtiger Angelegenheiten besondere Ausschüsse einsetzen, die unter sich einen Obmann wählen.

B. Pflichten des Vorstandes.

§ 9.

Zu den Pflichten des Vorstandes gehören insbesondere:

a) Die Beratung und Beschlußfassung über die Anträge, die seitens der Verbandsvereine gestellt werden.
b) Die Vorbereitung und Einberufung der Verbandstage, sowie die Ausführung der von denselben gefaßten Beschlüsse.
c) Die Verwaltung des Verbandsvermögens und Aufstellung eines Haushaltsplans für das nächste Geschäftsjahr; derselbe bedarf der Zustimmung des Verbandstages.
d) Die Unterhaltung einer ständigen Verbindung mit den Verbandsvereinen.
e) Die Förderung aller Bestrebungen, welche auf die Erreichung des Verbandszwecks gerichtet sind.

C. Der Verbandstag.

§ 10.

a) Der Verbandstag findet alljährlich im Monat Juli oder August statt.
b) Zeit und Dauer des Verbandstages setzt der Vorstand fest.
c) Die Berufung des Verbandstages erfolgt durch den Verbandsvorsitzenden mindestens 3 Monate vor dem Zusammentritt desselben.
d) Anträge für die Tagesordnung müssen 2 Monate vor dem Verbandstage dem Verbandsvorsitzenden unter Nennung eines Berichterstatters eingereicht werden. Der Verbandsvorsitzende, der über die Zulassung der Anträge entscheidet, hat die Tagesordnung spätestens 4 Wochen vor dem Verbandstage zu veröffentlichen. Der Vorstand

Digitized by Google

ist jedoch befugt, von der veröffentlichten Tagesordnung Anträge abzusetzen oder dringliche Anträge nachträglich auf die Tagesordnung zu bringen.

e) Zur Teilnahme an den Verhandlungen des Verbandstages sind die Mitglieder der dem Verbande angehörenden Vereine berechtigt. Stimmfähig sind nur die Abgeordneten. Die Teilnahme anderer Personen bedarf der Genehmigung des Vorstandes.

f) Der Verbandstag verhandelt über die Tagesordnung, den Haushaltungsplan, die Entlastung des Rechnungsführers und des Vorstandes und nimmt die erforderlichen Wahlen vor.

g) Behufs Bildung des Bureaus beruft der Verbandsvorsitzende bei Beginn der Sitzungen einen Stellvertreter, zwei Schriftführer und zwei Stimmenzähler.

V. Abstimmung.

§ 11.

Der Verbandstag faßt seine Beschlüsse durch Stimmenmehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet der Vorsitzende.

In der Regel wird nach Köpfen abgestimmt. Erhebt sich vor der Abstimmung Widerspruch, so findet Abstimmung nach der Stimmenzahl der Vereine statt.

Jeder Verein hat für je 100 seiner Mitglieder eine Stimme. Jedes angefangene Hundert gilt für voll. Ein Abgeordneter kann höchstens 3 Stimmen auf sich vereinigen.

Die Vertretung eines Vereins durch den Abgeordneten eines anderen Vereins ist zulässig, jedoch kann dieser Abgeordnete zu solchem Zweck nur eine Stimme abgeben.

VI. Beschlüsse.

§ 12.

Alle Beschlüsse des Verbandstages sind durch den Vorstand tunlichst bald zur Kenntnis der sämtlichen Verbandsvereine zu bringen, für welche sie verbindliche Kraft haben.

§ 13.

Die Beschlüsse der Verbands- und Ausschußsitzungen, sowie des Verbandstages sind zu protokollieren und vom Vorsitzenden und dem Schriftführer bezw. deren Stellvertreter zu unterzeichnen.

Digitized by Google

VII. Verbandspresse.

§ 14.

Die Organe des Verbandes sind:

1. „Die Kolonialwaren-Zeitung", Leipzig.
2. „Der Manufakturist", Hannover.
3. „Konditor- und Bäcker-Zeitung", (Günther) Berlin.

VIII. Satzungsänderungen.

§ 15.

Eine Änderung der Verbandssatzungen kann nur durch eine Dreiviertel-Mehrheit des Verbandstages beschlossen werden. (Vgl. § 11.)

IX. Auflösung des Verbandes.

§ 16.

Ein Antrag auf Auflösung des Verbandes kann nur auf einem zu diesem Zwecke einberufenen außerordentlichen Verbandstage beraten werden und muß mindestens 3 Monate vor demselben beim Vorsitzenden schriftlich eingereicht sein. Die Auflösung erfolgt nur, wenn drei Viertel der abgegebenen Stimmen sich dafür aussprechen. (Vgl. im übrigen § 11.)

Über die Verwendung des Vermögens beschließt der letzte Verbandstag.

II. Wie gründet und leitet man gemeinnützige Rabatt-Sparvereine?

Am leichtesten wird die Gründung dann sein, wenn das Wachstum der Konsum-, Beamten- und Rabatt-Sparvereine soweit gediehen ist, daß auch die Indolentesten aufgerüttelt werden; wird die Initiative früher ergriffen, so ist die Gründung natürlich schwieriger, aber selbst dann, wenn der Verein zuerst klein ist und bei der Gründung vielleicht nur 20, 30 Mitglieder zählt, wird er, wie die Erfahrung zeigt, bei tüchtiger Leitung bald wachsen.

Sind also eine kleine Anzahl Kaufleute oder kaufmännische Vereine der Ansicht, daß sich die Gründung eines Rabatt-Sparvereins empfiehlt, so veranstalten sie am besten eine öffentliche Versammlung, in der die Frage erörtert wird und in der diejenigen, welche für die Gründung eines Vereins sind, sich sofort als Verein konstituieren und einen provisorischen Vorstand wählen, der

Digitized by Google

am besten gleich im Anschluß an die Versammlung zusammentritt und einen provisorischen Vorsitzenden wählt. In der bald darauf stattfindenden Mitgliederversammlung wird dann der endgültige Vorstand gewählt und die Satzung festgestellt. Dann ist es Aufgabe des Vorstandes, den Verein so zu leiten und so für ihn zu wirken, daß sich ihm bald die noch fern stehenden Kaufleute anschließen. **Durch den Anschluß an den Verband der Rabatt-Sparvereine Deutschlands wird der neue Verein die anderwärts gesammelten Erfahrungen für sich ausnützen können.**

Es folgen anbei einige praktische Winke.

I. Die Satzung.

Es liegen dem Verfasser die Satzungen der Vereine von Bremen, Hannover, Magdeburg, Stuttgart, Stendal, Artern vor. Dieselben weichen, abgesehen von unwesentlichen Bestimmungen, in einzelnen wesentlichen Punkten von einander ab, die zum Teil wohl durch lokale Verhältnisse bedingt sind, zum Teil aber auch auf anderen Ansichten über die Ziele der Vereine beruhen und zum Teil verschieden sind wegen der Berücksichtigung der gesammelten Erfahrungen durch die zuletzt gegründeten Vereine. Diejenigen Satzungen verdienen den Vorzug, welche sich **auf das Notwendigste beschränken,** da eine Änderung der Satzung stets mit Schwierigkeiten verknüpft ist, während vielleicht in manchen Punkten veränderte Zeitumstände veränderte Maßregeln erfordern.

Diese Satzungen sind benutzt worden, um ein **Schema einer Satzung** auszuarbeiten, welches als Unterlage bei der Beratung der zu schaffenden Satzung dienen und je nach den besonderen Verhältnissen abgeändert werden kann. Doch müssen bei Änderungen diejenigen Vereine, welche eine Eintragung ins Register erstreben, vorsichtig verfahren, um nicht die gesetzlichen Bestimmungen bezüglich des Wortlauts außer Acht zu lassen, was sehr leicht eintreten kann, da manche Vorschriften etwas eigenartig sind, z. B. der notwendige Zusatz: der Verein soll in das Register usw. eingetragen werden. Der Vorsitzende des Verbandes der Rabatt-Sparvereine Deutschlands, Herr C. A. Nikolaus in Bremen, ist gewiß gern bereit, Gründern von Vereinen auf bestimmte Fragen bezüglich der Satzung Auskunft zu erteilen.

Digitized by Google

Satzung des Rabatt-Sparvereins (Ortsname).

I. Name, Sitz und Zweck des Vereins.

§ 1.

Name.

Der Verein führt den Namen „Rabatt-Sparverein (Ortsname)“ und soll in das Vereinsregister eingetragen werden; nach erfolgter Eintragung erhält er den Zusatz: „eingetragener Verein“.

Anmerkung. Ein Teil der Vereine verzichtet von vornherein auf die Eintragung in das Register (Artern, Stendal). Der Wortlaut ist dann: Der Verein führt den Namen „ . . “ Er trägt den Charakter einer Gesellschaft nach § 705 ff. B. G. B. mit dem Sitz in „ . . “ In Torgau soll der Registerrichter die Eintragung abgelehnt haben. Der Stuttgarter Verein heißt: Konsum-Rabattverein Stuttgart; aus welchen Gründen, wird unter § 3 erörtert werden.

§ 2.

Sitz.

Sitz des Vereins ist (Ort).

§ 3.

Zweck.

Zweck des Vereins ist, Ladeninhaber und Gewerbetreibende zusammenzuschließen, welche ihrer Kundschaft bei Barzahlung nach gleichmäßigen Sätzen und einem bestimmten Verfahren einen Rabatt gewähren wollen, der in bar zur Auszahlung gelangt.

Anmerkung. Mit Ausnahme des Magdeburger Vereins haben die anderen Vereine noch weitergehende Zwecke, resp. bringen solche in der Satzung zum Ausdruck. So fügt der Rabatt-Sparverein Hannover noch hinzu: „b) Dadurch das Publikum an Barzahlung und Sparsinn zu gewöhnen.“

Andere Vereine schreiben, daß sie die gesunde Entwickelung des Barverkehrs und der Preisverhältnisse im Detailhandel fördern wollen, unlauterem Geschäftsbetrieb entgegentreten und überhaupt die Interessen des kaufmännischen und gewerblichen Mittelstandes wahrnehmen wollen. Der Stuttgarter Verein fügt hinzu, daß er auch den Interessen der Käufer dienen wolle. Der Bremer Verein will den Konkurrenzkampf mildern, seine Auswüchse bekämpfen, unlauterem Geschäftsbetrieb und Verkäufen zu Schleuderpreisen entgegentreten und die Standesehre unter den Mitgliedern pflegen.

Das Magdeburger Prinzip dürfte das richtige sein.

All den genannten Zwecken dienen andere kaufmännische Vereine besser. Nur in kleineren Orten mag es angebracht sein, auch diese Zwecke ins Auge zu fassen.

Digitized by Google

II. Eintritt und Austritt von Mitgliedern, Beiträge.

§ 4.

Mitglied des Vereins kann jeder Ladeninhaber und Gewerbetreibende in (Ort) und Umgegend werden. Bescholtene und solche Personen, deren Geschäftsführung mit reellen Grundsätzen im Widerspruch steht, sind von der Aufnahme ausgeschlossen. Der Antrag auf Aufnahme ist schriftlich an den Vorstand zu richten, der ohne Angabe von Gründen darüber entscheidet. Die Mitgliedschaft ist erworben, sobald der Vorstand die Aufnahme beschlossen hat und das Eintrittsgeld bezahlt ist, worauf die Überreichung der Satzung und Mitgliedskarte gegen Empfangsbescheinigung stattfindet.

Anmerkung. Der Stuttgarter Verein hat auch Konsumenten zu seinen Mitgliedern gegen Zahlung einer Eintrittsgebühr von 1 Mk. und gewährt Rabatt nur solchen Mitgliedern. Ich vermute, daß besondere Gründe für die Aufnahme des Publikums sprechen, vielleicht die Rücksicht auf die Besteuerung. Der Stuttgarter Verein nimmt dagegen satzungsgemäß Inhaber von Warenhäusern nicht auf. Der Bremer Verein unterscheidet zwischen Personen und Handelsgesellschaften. Teilhaber von Handelsgesellschaften werden einzeln nicht aufgenommen. Kein Verein läßt eine Berufung eines Abgewiesenen an die Mitgliederversammlung zu.

§ 5.

Beiträge.

Jedes eintretende Mitglied hat ein Eintrittsgeld von zehn Mark — für jede Geschäftsstelle seines Geschäfts — zu entrichten. Die Generalversammlung kann auf Antrag des Vorstandes das Eintrittsgeld erhöhen oder ermäßigen.

Anmerkung. Hannover hat ein Eintrittsgeld von 15 Mk. und jährlichen Beitrag von 5 Mk., Magdeburg ein Beitrittsgeld von 25 Mk. Der Stuttgarter Verein macht einen Unterschied zwischen Mitgliedern des Württembergischen Schutzvereins für Handel und Gewerbe (10 Mk.) und Nichtmitgliedern (20 Mk.). Stendal hat in der Satzung 10 Mk., und die nach dem 1. März 1902 Eintretenden zahlen 20 Mk.

Magdeburg hat noch folgenden Zusatz: Geht das Geschäft eines Mitgliedes nach Zahlung des Beitrittsgeldes infolge seines Todes auf seinen Ehegatten oder auf seine Kinder über, so kann der Vorstand nach seinem Ermessen den Erwerber von der nochmaligen Entrichtung des Beitrittsgeldes entbinden. Sollte sich die Notwendigkeit weiterer Beiträge später herausstellen, so hat darüber die Hauptversammlung zu entscheiden."

§ 6.

Verlust der Mitgliedschaft.

Die Mitgliedschaft erlischt:

a) durch Tod oder durch Konkurs. Nach Beendigung des Verfahrens kann der Vorstand den Ausgeschiedenen auf Antrag in seine Rechte einsetzen;

Digitized by Google

b) durch Austritt aus dem Verein;

c) durch Ausschluß.

Der Austritt erfolgt durch schriftliche Anzeige an den Vorstand und ist nur am Schlusse eines Geschäftsjahres mit dreimonatlicher Kündigungsfrist zulässig.

Der Vorstand kann in besonderen Fällen auf die Kündigungsfrist verzichten oder dieselbe abkürzen.

§ 7.

Mitglieder, welche trotz wiederholter Mahnungen

1. mit Bezahlung von Beiträgen im Verzug bleiben oder
2. in ihrer Geschäftsführung mit den Grundsätzen kaufmännischer Reellität in Widerspruch geraten oder
3. den Interessen des Vereins zuwiderhandeln,

werden durch Beschluß des Vorstandes aus dem Verein ausgeschlossen. Gegen den Ausschluß, der dem Betroffenen von dem Vorstande schriftlich mitzuteilen ist, kann Berufung an die Mitgliederversammlung eingelegt werden.

Anmerkung. Die Fassung dieses Paragraphen lehnt sich an die Magdeburger Fassung an. Sie scheint die beste zu sein; alle anderen Vereine werden zu speziell. Es muß dem Vorstand überlassen bleiben, festzustellen, was als den Interessen des Vereins zuwiderlaufend anzusehen ist. Durch die Pflicht des Vorstandes zu wiederholter Verwarnung (am besten durch eingeschriebenen Brief) und das Recht des Ausgestoßenen, an die Mitgliederversammlung als Berufungsinstanz zu gehen, ist der Mißbrauch so gut wie ausgeschlossen. Die speziellen Bestimmungen aber binden dem Verein in manchen Fällen die Hände.

III. Geschäftsverkehrsordnung.

§ 8.

In einer vom Vorstand ausgearbeiteten und von der Mitgliederversammlung zu genehmigenden Geschäftsverkehrsordnung werden alle Einzelheiten über den Rabatt, Höhe desselben, Abgabe und Kontrolle der Rabattmarken, Auszahlung der Sparbücher und dergl. geregelt; es ist Pflicht der Mitglieder, die Bestimmungen der Geschäftsverkehrsordnung streng zu beobachten.

Anmerkung. Man kann die Vereine in zwei Gruppen scheiden danach, ob sie über den Satz des Rabatts Bestimmungen in den Satzungen haben, oder nicht. Hannover und Magdeburg haben nichts darüber, sondern nur in der Geschäftsverkehrsordnung. Dieser Paragraph lehnt sich an Hannover (§ 5) an. Mit diesem Paragraphen erübrigen sich die zum Teil sehr speziellen Vorschriften über die Pflichten der Mitglieder (vgl. namentlich Bremen § 13). Die Entwickelung der Vereine wird gerade auf diesem Gebiete viel neue Erscheinungen zeitigen, so daß es besser ist, nur in der leicht abzuändernden Geschäftsverkehrsordnung darüber Bestimmungen zu treffen. Allenfalls läßt sich in der Satzung die Höhe des Rabatts festlegen.

Digitized by Google

Denn es heißt bei fast allen Vereinen:

Der Rabatt beträgt von Einkäufen im Betrage von

20—39 Pf.	1 Pf.
40—59 „	2 „
60—79 „	3 „
80—99 „	4 „
1 Mk.—1,19	5 Pf. usw.

Anmerkung. Magdeburg hat in der Geschäftsverkehrsordnung noch folgenden Zusatz: Höhere Rabattsätze sind unzulässig, mit Ausnahme für den Brotverkauf, bei welchem ein besonderer Rabattsatz von 10 % in Marken festgesetzt ist.

Fast alle Vereine haben in den Satzungen oder der Geschäftsverkehrsordnung Bestimmungen darüber, daß den Mitgliedern des Vereins gestattet ist, durch Anschlag im Geschäftslokal der Kundschaft bekannt zu geben, welche Waren sie ausnahmsweise netto verkaufen. Diese Artikel müssen die Genehmigung des Vorstandes haben.

IV. Organe des Vereins.

§ 9.

Vorstand.

Der Vorstand besteht aus 12 Mitgliedern, welche aus ihrer Mitte den Vorsitzenden, dessen Stellvertreter, den Schatzmeister dessen Stellvertreter, den Schriftführer und dessen Stellvertreter wählen.

Der Vorstand wird alljährlich von der Hauptversammlung auf die Dauer von zwei Jahren gewählt.

Alljährlich scheidet die Hälfte der Vorstandsmitglieder aus.

In dem ersten Jahre werden die Ausscheidenden durch das Los bestimmt. Die Ausscheidenden sind wieder wählbar.

Den geschäftsführenden Vorstand (§ 26 des B. G. B.) bildet der Vorsitzende in Gemeinschaft mit dem Schatzmeister. In Behinderungsfällen wird der Vorsitzende und der Schatzmeister durch die übrigen Mitglieder des Vorstandes in der Reihenfolge des Alters vertreten. Der geschäftsführende Vorstand vertritt den Verein gerichtlich und außergerichtlich. Ihm liegt die Geschäftsleitung, die Ausführung der Vereinsbeschlüsse und die Verwaltung des Vereinswesens ob.

1. Der Vorsitzende leitet die Verhandlungen des Vorstandes, er beruft den Vorstand, so oft die Lage der Geschäfte dies erfordert oder drei Vorstandsmitglieder es beantragen. Die

Digitized by Google

Einladung erfolgt schriftlich. Der Vorstand ist beschlußfähig wenn 6 Mitglieder, und unter diesen der Vorsitzende oder sein Stellvertreter, anwesend sind.

Die Bezeichnung des Gegenstandes der Beratungen bei der Berufung ist zur Gültigkeit eines Beschlusses nicht erforderlich. Die Beschlüsse werden nach Stimmenmehrheit gefaßt; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden.

2. Der Schriftführer hat über jede Versammlung des Vorstandes und der Mitglieder ein Protokoll aufzunehmen, insbesondere die Beschlüsse aufzuzeichnen. Die Protokolle sind von dem Schriftführer und dem Vorsitzenden zu unterzeichnen. Dem Schriftführer liegt auch die Anfertigung der zur Einladung der Vorstands- und der Mitgliederversammlungen erforderlichen Schriftstücke ob.

3. Der Schatzmeister verwaltet die Kasse des Vereins, führt ordnungsmäßig Buch über alle Einnahmen und Ausgaben und hat in einer dazu bestimmten Mitgliederversammlung einen mit Belegen versehenen Rechnungsbericht zu erstatten. Er nimmt alle Zahlungen für den Verein gegen seine alleinige Quittung in Empfang, darf Zahlungen für Vereinszwecke aber nur auf schriftliche Anweisung des Vorsitzenden leisten. Der Vorstand ist berechtigt, jederzeit Prüfungen der Kassenverhältnisse vorzunehmen. Die verwalteten Kassengelder sind getrennt von sonstigen Geldern zu halten.

Der Vorstand ist berechtigt, den Vorsitzenden oder ein anderes Mitglied zur Vornahme von Rechtsgeschäften und Rechtshandlungen jeder Art für den Verein zu ermächtigen.

Urkunden, welche den Verein verpflichten sollen, sind in der Weise zu vollziehen, daß unter die Worte:

„Der Vorstand des Rabatt-Sparvereins (Ort)
eingetragener Verein"

die eigenhändige Unterschrift des Vorsitzenden oder seines Stellvertreters und eines Vorstandsmitgliedes gesetzt wird. Durch so unterzeichnete Urkunden wird der Verein auch dann verpflichtet, wenn sie ohne Beschluß des Vorstandes ausgestellt sind. Von dem Stellvertreter unterzeichnete Urkunden sind für den Verein

Digitized by Google

auch dann verbindlich, wenn der Fall der Behinderung des Vorsitzenden nicht vorliegt.

Anmerkungen. Manche Vereine bestimmen in der Satzung, daß möglichst viele Branchen im Vorstand vertreten sein sollen, geben noch speziell an, welche Pflichten der Vorstand insbesondere hat (Führung des Mitgliederverzeichnisses, Buchführung, Registrierung und Aufbewahrung der Akten usw.). Der Verein zu Artern begrenzt das Recht des Vorstandes, für den Verein Ausgaben zu machen auf Mk. 100 für den einzelnen Fall, außer der Anschaffung der Sparmarken und Sparbücher. Bremen bestimmt in § 27, daß der geschäftsführende Vorstand Rechtsgeschäfte für jeden einzelnen Fall nur bis zum Betrage von Mk. 300, mit Genehmigung des Gesamtvorstandes bis zum Betrage von Mk. 1000, darüber hinaus nur mit Genehmigung der Mitgliederversammlung und des in der Satzung dieses Vereins vorgesehenen Vertrauensausschusses vornehme. Derselbe Verein gibt dem Vorstande das Recht, besoldete Beamte anzustellen und legt in § 29 die Rechte und Pflichten dieser Beamten (Geschäftsführer) fest. Außerdem kann der Vorstand aus seiner Mitte Kommissionen wählen. Es ist besser, alle diese Bestimmungen fortzulassen. Ist die Anstellung besoldeter Beamter nötig, so kann darüber die Mitgliederversammlung beschließen.

V. Mitgliederversammlung.

§ 10.

Voraussetzung und Form der Berufung.

Die Angelegenheiten des Vereins werden, soweit sie nicht von einem anderen Vereinsorgan zu besorgen sind, durch Beschlußfassung in der Mitgliederversammlung geordnet.

Die Mitgliederversammlung ist eine ordentliche oder eine außerordentliche.

Die ordentliche Mitgliederversammlung nimmt alle satzungsgemäß der Mitgliederversammlung zustehenden Wahlen vor. Ersatzwahlen können auch durch die außerordentliche Mitgliederversammlung vorgenommen werden.

Die ordentliche Mitgliederversammlung nimmt den Jahresbericht und die Abrechnung entgegen, erteilt die Entlastung und beschließt über die etwaige Verteilung eines Geschäftsüberschusses gemäß § 7.

Der Beschlußfassung der Mitgliederversammlung unterliegen insbesondere:

1. Anträge des Vorstandes und der Mitglieder.
2. Berufungen der Mitglieder gegen Ausschlußbeschlüsse des Vorstandes.

Digitized by Google

§ 11.

In der Mitgliederversammlung wird nach absoluter Majorität der Erschienenen abgestimmt, soweit nicht die Satzungen etwas anderes bestimmen.

Bei Satzungsänderungen ist Dreiviertel-Majorität der Erschienenen erforderlich.

Jedes Mitglied hat eine Stimme. Es kann sich in der Mitgliederversammlung nicht vertreten lassen.

Bei Handelsgesellschaften hat sich der zur Stimmabgabe befugte Teilhaber vor Beginn der Versammlung als solcher dem Vorstand gegenüber zu legitimieren.

§ 12.

Die ordentliche Mitgliederversammlung findet alljährlich in den ersten 3 Monaten des Kalenderjahres statt. Sie ist vom Vorstand zu berufen durch öffentliche Bekanntmachung unter Mitteilung der Tagesordnung, spätestens am dritten Tage vor dem Versammlungstage.

Außerordentliche Versammlungen kann der Vorstand jederzeit berufen und zwar in derselben Weise wie die ordentlichen.

Der Vorstand muß eine außerordentliche Mitgliederversammlung berufen, wenn mindestens der zehnte Teil der Mitglieder die Berufung derselben unter Angabe des Zwecks beim Vorstand schriftlich beantragen.

Anträge müssen auf die Tagesordnung der Mitgliederversammlung gesetzt werden, wenn sie spätestens zwei Wochen vor dem Versammlungstage beim Vorstand schriftlich eingereicht sind.

§ 13.

Der Vorsitzende oder sein Vertreter leitet die Mitgliederversammlung.

Er ist verpflichtet, für die ordnungsmäßige Erledigung der Tagesordnung nach parlamentarischen Grundsätzen und für die Aufrechterhaltung von Ruhe und Ordnung zu sorgen. Zu diesem Zweck steht ihm Disziplinargewalt zu, die er nach seinem Ermessen auszuüben hat; er kann insbesondere störenden und abschweifenden Rednern nach zweimaliger Ermahnung das Wort entziehen und die weitere Teilnahme an der Versammlung untersagen. Er kann auch anderen störenden Mitgliedern nach zwei

Digitized by Google

maliger Ermahnung die weitere Teilnahme an der Versammlung untersagen. Zuwiderhandlungen gegen derartige Anordnungen werden mit Geldstrafe oder mit Ausschluß bestraft.

Anmerkung. Der Bremer Verein hat noch das Organ der Branchengruppen mit eigenem Vorsitzenden, die vom Vorstand (der auch das Recht hat, an den Versammlungen der Gruppen teilzunehmen) zu Auskünften aufgefordert werden können.

VI. Beschlüsse und deren Beurkundung.

§ 14.

Über Anträge, Abstimmungen und Beschlüsse ist ein Protokoll zu führen. Das Protokoll ist zu datieren, zu verlesen und vom Vorsitzenden oder dessen Stellvertreter und dem Protokollführer zu unterzeichnen. In dem Protokoll ist zu bemerken, daß es verlesen und genehmigt ist. Die Protokolle sind dem Datum nach aufzubewahren.

VII. Revisoren.

§ 15.

Die Wahl von zwei Rechnungsrevisoren und einem Stellvertreter erfolgt gleichzeitig mit der Wahl des Vorstandes.

Die Wahl erfolgt durch die ordentliche Mitgliederversammlung auf ein Jahr.

Die Rechnungsrevisoren dürfen nicht zum Vorstand gehören.

Eine erforderlich werdende Ersatzwahl ist auch in außerordentlicher Mitgliederversammlung zulässig und hat so bald wie möglich stattzufinden.

Die Rechnungsrevisoren haben die Verpflichtung, die Jahresrechnung zu prüfen, nach Richtigbefund zu unterzeichnen und darüber der Mitgliederversammlung Bericht zu erstatten.

VIII. Auflösung.

§ 16

Über die Auflösung des Vereins beschließt die Mitgliederversammlung.

Anträge auf Auflösung des Vereins können nur vom Vorstande oder von mindestens einem Drittel aller Mitglieder gestellt werden.

Der Antrag auf Auflösung ist vom Vorstande den Mitgliedern mitzuteilen.

Digitized by Google

Der Beschluß über die Auflösung muß in zwei aufeinanderfolgenden Mitgliederversammlungen gefaßt werden, zwischen denen eine Frist von zwei Wochen liegen muß; er bedarf in beiden Versammlungen einer Mehrheit von dreiviertel der Erschienenen.

Der zweite Beschluß ist vom Vorstand sofort öffentlich bekannt zu machen.

Die letzte Mitgliederversammlung beschließt auch über das Vereinsvermögen.

Nach der Auflösung des Vereins findet eine Liquidation nach den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches statt.

IX. Übergangsbestimmungen, mangelnde Rechtsfähigkeit.

§ 17.

Bis zur Eintragung des Vereins und in dem Falle, daß der Verein die Rechtsfähigkeit überhaupt nicht erlangt, oder wieder verlieren sollte, gelten folgende Bestimmungen:

1. der Verein soll als nicht rechtsfähiger Verein bestehen,
2. durch Verlust der Mitgliedschaft eines Mitgliedes wird der Bestand des Vereins nicht berührt. In solchen Fällen besteht der Verein unter den übrigen Mitgliedern fort, und der Anteil des ausgeschiedenen Mitgliedes am Vereinsvermögen wächst den übrigen Mitgliedern zu. Der Ausgeschiedene verliert jeden Anspruch an dem Vereinsvermögen und hat weder Anspruch auf die aus § 738 des Bürgerlichen Gesetzbuches sich ergebende Abfindung, noch die Pflicht, nach Maßgabe des § 739 ebendaselbst für einen etwaigen Fehlbetrag aufzukommen,
3. Der Vorstand ist verpflichtet, in alle namens des Vereins abzuschließenden Verträge die Bestimmung aufzunehmen, daß die Vereinsmitglieder nur mit dem Vereinsvermögen haften.

X. Einführungsbestimmungen.

§ 18.

Vorstehende Satzung ist am . . . . 190 . errichtet und soll sofort mit der Annahme durch die erste Mitgliederversammlung in Kraft treten.

Digitized by Google

II. Geschäftsverkehrsordnung.

Wie bereits oben bemerkt, haben einige Vereine die Bestimmungen über die Höhe und die Art der Gewährung des Rabatts Bestimmungen in der Satzung, andere, wie der Verein zu Magdeburg und Hannover, haben dieselben in der Geschäftsverkehrsordnung, auf die in der Satzung in einem Falle (Hannover) hingewiesen ist.

Wir bringen unter diesem Titel die Bestimmungen, wie sie bei den meisten Vereinen gelten, resp. sich als zweckmäßig erwiesen haben.

§ 1.

Die Mitglieder des Rabatt-Sparvereins (Ort) verpflichten sich, ihrer Kundschaft auf alle Einkäufe bei Barzahlung Marken des Vereins zu geben und solche jederzeit im Geschäftslokal vorrätig zu halten.

Marken anderer Rabattsysteme dürfen nicht ausgegeben werden.

Anmerkung. In einzelnen Vereinen brauchen die Marken nur „auf Verlangen" der Kundschaft gegeben zu werden. Eine dadurch herbeigeführte ungleichmäßige Behandlung der Kundschaft ist nicht gerechtfertigt. Wenn allerdings durch Plakate oder in sonst geeigneter Weise das Publikum aufgeklärt wird, daß es die Marken verlangen darf, können diese Worte aus Zweckmäßigkeitsgründen event. aufgenommen werden.

§ 2.

Die Mitglieder haben das Recht, mit Genehmigung des Vorstandes einzelne Ausnahmeartikel ohne Rabatt netto zu verkaufen. Sie haben durch einen dauernd und deutlich sichtbaren Anschlag in ihren Verkaufsstellen das Publikum von ihrer Mitgliedschaft und diesen Ausnahmeartikeln unterrichtet zu halten und die hierzu erforderlichen Plakate (Mitgliederplakate und Nettoplakate) vom Verein zu beziehen.

Das erste Mitglieds- und Nettoplakat liefert der Verein kostenlos.

Digitized by Google

§ 3.

Die Mitglieder verpflichten sich, folgenden Rabatt zu bewilligen:

von 20—39 Pf.	1 Pf.
40—59 „	2 „
60—79 „	3 „
80—99 „	4 „
1—1,19 Mk.	5 „

Anmerkung. „Niedere und höhere Rabattsätze sind unzulässig, mit Ausnahme für den Brotverkauf, bei welchem ein besonderer Rabattsatz von 10 % in Marken festgesetzt ist.“ (Magdeburg.)

Hannover stellt die Verpflichtung fest, 4 % zu geben; ein niedrigerer Rabattsatz ist für die Kolonialwaren- und andere Branchen zulässig.

Vielleicht sind beide Zusätze zweckmäßig.

§ 4

Die Mitglieder haben dem Vorstand die Möglichkeit der regelmäßigen Kontrolle über die Markenbestände zu gewähren, die Umschläge, bezw. Blocks der verausgabten Marken aufzubewahren und zwecks Ermittelung der event. Rückzahlung nach Schluß des Geschäftsjahres dem Vorstande einzusenden. Bis zum 1. Februar jeden Jahres nicht eingereichte Umschläge usw. verfallen.

§ 5.

Der Verkauf der Rabattmarken erfolgt durch die vom Vorstand bekannt zu gebende Ausgabestelle an Mitglieder des Vereins gegen bar, Vorzeigung der Mitgliedskarte und auszufüllenden Bestellzettels. Die Marken werden in Umschlägen von 1000 Stück im Werte von 10 Mark abgegeben. Die Mitglieder haben die Marken möglichst in regelmäßigen kürzeren Zeiträumen zu entnehmen.

§ 6.

Rabattmarken dürfen nicht gegen bar verkauft oder sonst als Zahlungsmittel benutzt werden; die Abgabe an Nichtmitglieder ist bei Verlust der Mitgliedschaft untersagt; ebenso ist es unzulässig, Marken zur Einlösung einzureichen, die die Mitglieder selbst vom Verein käuflich erworben haben.

§ 7.

Rabatt-Sparbücher werden zum Preise von 10 Pf. für das Stück ausgegeben. Die Ausgabe erfolgt durch die vom Vorstand bekannt zu gebenden Verkaufsstellen und die Mitglieder des

Digitized by Google

Vereins. Die Mitglieder können jederzeit gegen Quittung Sparbücher von der Geschäftsstelle kostenlos erhalten.

Anmerkung. Die ersten Sparbücher werden bei vielen Vereinen gratis abgegeben.

§ 8.

Die Mitglieder dürfen weder gefüllte noch ungenügend gefüllte Sparbücher von der Kundschaft einlösen, in Zahlung nehmen oder sonst wie verwerten bei Vermeidung des Ausschlusses aus der Mitgliedschaft.

Anmerkung. Diese wichtige Bestimmung dient dazu, zu verhüten, daß die Zinseneinnahme sinkt.

§ 9.

Die Auszahlung der Sparbücher erfolgt bei den vom Vorstand periodisch bekannt zu gebenden Stellen.

Anmerkung. (Sparkassen, Banken.)

§ 10.

Die Vereinsschilder (Plakate usw.), auch solche, für welche von den Mitgliedern ein Betrag an die Kasse entrichtet ist, bleiben Eigentum des Vereins. Die eventuell für Schilder gezahlten Beträge sind als Mietgebühren zu betrachten. Beim Verlust der Mitgliedschaft sind dem Vorstande auf Verlangen diese Schilder (Plakate usw), ferner die Mitgliedskarte und sonstige auf die Mitgliedschaft bezügliche Ausweise dem Vorstande zurückzugeben.

§ 11.

Der Rabatt wird in der Weise gewährt, daß die Kunden der Mitglieder bei Einkäufen gegen Barzahlung die Vereinswertmarken im Nennwert des Einkaufspreises erhalten. Der Verein löst diese Marken mit 5 % des Nennwerts ein, nach einem Verfahren, das der Beschlußfassung des Vorstandes unterliegt und in geeigneter Weise zur öffentlichen Kunde gebracht wird.

In anderer Form ist dem Publikum kein Rabatt zu gewähren.

Anmerkung. In einer Satzung heißt es: zum Nennwert einzulösen usw. (?); der Satz richtet sich natürlich nach der Höhe des Rabatts.

§ 12.

Der Verein behält sich das Recht vor, die von ihm ausgegebenen Marken nach einer gewissen Zeit außer Kurs zu setzen und alsdann für deren Einlösung Ausschlußfristen zu bestimmen. Die betreffenden Beschlüsse werden auf Antrag des Vorstandes

Digitized by Google

durch die Mitgliederversammlung gefaßt. Der Vorstand ist verpflichtet, sie in gehöriger Weise zur öffentlichen Kenntnis zu bringen.

§ 13.

Das offizielle Organ des Rabatt-Sparvereins ist bis auf weiteres die „. . . -Ztg.".

Alle im Organ des Vereins rechtzeitig veröffentlichten Anzeigen und Aufforderungen an die Gesamtheit der Mitglieder gelten als rechtzeitig zu ihrer Kenntnis gelangt.

§ 14.

Das Geschäftsjahr des Vereins ist das Kalenderjahr. Das erste Geschäftsjahr beginnt am . . . . und endigt mit 31. Dezember 190 . .

§ 15.

Dem Gesamtvorstand des Vereins ist gestattet, bei Verletzung der in der Geschäftsverkehrsordnung aufgeführten Pflichten von Mitgliedern diese zunächst zu verwarnen, dann, wenn wiederholte Verwarnungen fruchtlos waren, mit Geldstrafen bis zu 100 Mk. zu bestrafen oder aus dem Verein auszuschließen. Die Geldstrafen fließen in die Vereinskasse.

Für Handlungen oder Unterlassungen von Teilhabern einer Handelsgesellschaft ist letztere verantwortlich.

§ 16.

Die Prüfung von Straffällen liegt zunächst dem geschäftsführenden Vorstand ob. Dieser kann selbständig Strafen bis zu 10 Mk. bei jedem einzelnen Fall verhängen oder die Sache dem Gesamtvorstand abgeben.

Der Beschuldigte ist zur Verhandlung der Sache zu laden. Ihm ist Gelegenheit zur persönlichen Rechtfertigung zu geben; sein Ausbleiben hindert die Verhandlung nicht.

Erkenntnisse sind dem Beschuldigten mittelst eingeschriebenen Briefes zuzustellen.

§ 17.

Diese Geschäftsverkehrsordnung darf nur von der ersten Mitgliederversammlung im Jahre mit einfacher Majorität abgeändert werden.

Obiger Geschäftsverkehrsordnung unterwerfe ich mich hierdurch mit Namensunterschrift.

(Ort) . . . . . ., den . . . . . . 190 . .

Digitized by Google

III. Aufnahme neuer Mitglieder.

Ist der Verein erst einmal gegründet, so ist bei Neumeldungen zweckmäßig in größeren Orten ein Fragebogen nach folgendem Schema zu benutzen, in kleineren Städten genügt event. die Empfehlung durch zwei Vorstandsmitglieder.

Rabatt-Sparverein (Ort.)

Fragebogen.

1	Wie lautet Ihre Firma?	
2	Welcher Branche ist Ihr Geschäft?	
3	Wie lange besteht Ihr Geschäft?	
4a	Ist Ihre Firma in das Handelsregister eingetragen?	
b	Welches sind die Inhaber der Firma?	
5	Betreiben Sie Ihr Geschäft allein oder mit Hilfe von Angestellten?	
6	Wieviel Personal beschäftigen Sie?	
7	Haben Sie bereits Rabattmarken ausgegeben, welcher Art und für wieviel Mark pro Jahr?	
8	Wollen Sie sich für den Fall Ihrer Aufnahme in den Rabatt-Sparverein (Ort) ausdrücklich verpflichten, nur Rabattmarken dieses Vereins auszugeben?	
9	Sonstige Bemerkungen.	

(Ort), den 190

(Name:) .... (Wohnung:) ....

(Ort), den 190

P. P.

Indem wir Ihnen hiermit bestätigen, daß Sie sich bei uns zur Aufnahme in den Rabatt-Sparverein Hannover gemeldet haben, übersenden wir Ihnen anliegend einen Fragebogen, den Sie gefälligst genau beantworten und unterzeichnet Herrn (Name) (Straße .... Nr. ....) zusenden wollen.

In der nächsten Vorstandssitzung, welche innerhalb 4 Wochen stattfindet, wird der Vorstand über Ihre Aufnahme beraten und Ihnen dann sofort Nachricht geben.

Hochachtungsvoll

Rabatt-Sparverein (Ort.)

Digitized by Google

IV. Die Mitgliedskarte,

die bei der Aufnahme ausgestellt wird, hat zweckmäßig folgendes Aussehen:

„Rabatt-Spar-Verein (Ort)“

Mitglieds-Karte

für ....

No. ....

Eintrittsgeld Der Schatzmeister

Mk. .... erhalten.

Diese Karte ist beim Abholen von Rabattmarken vorzuzeigen.

Bei manchen Vereinen stehen auf der Rückseite noch die wichtigsten Bestimmungen der Satzung bezw. Geschäftsverkehrsordnung.

Digitized by Google

V. Rabattmarken und Bücher.

Über die Preise der Rabattmarken und Bücher läßt sich natürlich nichts Bestimmtes sagen, da dieselben ja wesentlich von der Qualität des Papiers, der Ausstattung usw. abhängen.

Es liegen darüber folgende Angaben vor:
1 Million Marken in 1000 Couverts à 1000 Marken, perforiert auf Blocks geheftet, unter besonderer Kontrolle gedruckt und gearbeitet Mk. 80
jede weitere Million Mk. 65
bei fünf Millionen (ohne Mehrkosten der ersten Million) Mk. 65 pro Million. Die Couverts sind mit fortlaufender Nummer versehen, damit die Kontrolle erleichtert ist.

Sparbücher: das erste Tausend Mk. 40
jedes weitere Mille „ 22,50.

Mitgliedskarten (auf Leinenpapier):
das erste Hundert Mk. 5
jedes weitere Hundert „ 3.

Bestellzettel: das erste Tausend Mk. 3
jedes weitere Tausend „ 2.

Der Vorsitzende des Verbandes der Rabatt-Sparvereine Deutschlands C. A. Nicolaus, Bremen, erteilt gewiß gern darüber Auskunft.

VI. Die Einrichtung der Sparbücher.

Die Vereine erhalten Muster von den anderen Vereinen resp. dem Verbande in Bremen.

Um aber auch dem Publikum ein Bild von solchen Büchern zu geben, sei folgendes Muster eines Sparbuchs abgedruckt.

Digitized by Google

Umschlag (in Originalgröße).

A. Erste Umschlagseite.

Nicht übertragbar.

Preis 10 Pf.

Spar-Buch

Serie  №

des

Rabatt-Spar-Vereins

(Ort)

Geschäftsstelle:

(Straße) (No.)

Rabatt wird nur bei **Barzahlung** gegeben.

Des Eigentümers

Name: 

Wohnung: 

Digitized by Google

B. Zweite Umschlagseite.

Dieses Spar-Buch

hat einen Wert von



wenn nachfolgende 500 Felder mit Marken

des

„Rabatt-Spar-Vereins (Ort) “

beklebt sind, und wird nur von
nachstehend verzeichneten Banken usw. während der
üblichen Geschäftszeit in barem Gelde eingelöst.

(Name) -**Bank** ....

(Name) -**Bank** ....

Städtische Sparkasse ....

—◆—



Jede anderweitige Verwertung dieses
Buches wird strafrechtlich verfolgt.

Digitized by Google

Alsdann folgt ein Verzeichnis der Firmen, welche die Rabattmarken ausgeben, die in einzelnen Orten besondere Bezeichnungen erhalten, z. B. in Hannover „rote Rabattmarke mit Pferd". Dies Verzeichnis ist nach Branchen geordnet.

Es folgen dann 10 (resp. 20) Seiten mit 50 Feldern.

In die	5 Felder	einer Reihe	sind	entweder
5 Marken	à 20 Pf.	od. 1 Marke	à 1 Mk.	zu kleben.

Eine 10 Mark-Marke gilt für eine ganze Seite.

Digitized by Google

Die dritte Umschlagsseite wird gern zu Mitteilungen an das Publikum benutzt. In Bremen enthält der Umschlag Reklamen.

C. Dritte Umschlagseite.

An unsere Mitbürger

in (Ort)

Indem wir Ihnen in vorliegendem Buche die Liste unserer Mitglieder zur Kenntnis bringen, richten wir nochmals die ergebene Bitte an Sie, bei Ihren Einkäufen den verzeichneten Geschäften die möglichst ausgedehnteste Berücksichtigung angedeihen zu lassen. Sie werden sich überzeugen, daß Sie nicht nötig haben, bei **Konsumvereinen, Bazargeschäften usw.** zu kaufen, sondern daß unsere Geschäfte Ihnen mindestens dasselbe bei Lieferung solider Waren bieten.

Bei uns haben Sie nicht nötig, ein Eintrittsgeld zu zahlen, oder ein Risiko zu übernehmen. Jeder Einzelne von uns wird die gewährte Berücksichtigung zu schätzen wissen, und Sie werden gleichzeitig das Bewußtsein haben, ehrlich strebende Geschäftsleute in dem schweren Kampfe um ihre Existenz zu unterstützen.

Hochachtungsvoll

Rabatt-Spar-Verein (Ort)

Der Vorstand

Digitized by Google

D. Vierte Umschlagseite.

Die unterzeichneten Vorstandsmitglieder erteilen jede gewünschte Auskunft und nehmen etwaige Wünsche und Beschwerden entgegen.

Ferd. Biester,
Engelbostelerdamm 30.

Carl Budde,
Alte Cellerheerstraße 47.

F. W. Eicke,
Wolfstraße 11.

Heinr. Haasemann,
Engelbostelerdamm 5.

Wilh. Schönhütte,
Goseriede 9.

Paul Schulze,
Drostestraße 17.

F. W. Schulze,
Seilerstraße 11.

Ernst Wiemann,
Georgstraße 50.

Ernst Wolters,
Calenbergerstraße 46 A.



Von dem Einlieferer dieses Buches auszufüllen.

Eingelöst am ......ten .... 19........ bei

der (Name) bank — (Name) bank —
Städtische Sparkasse.

Name ....

Stand ....

Wohnung ....

* **Unzutreffendes ist zu durchstreichen.**

VII. Verwaltungs-

Rabatt-Sparverein

Abrechnung über den Marken

		Debet		
I		An Marken wurden angefertigt im Jahre 1899 zum Nennwert von: ℳ 32 040 „ „ 1900 „ „ „ „ 51 900 „ „ 1901 „ „ „ „ 98 980 Summe ℳ 182 920 Am 15. 3. 02 waren im Depot vorhanden Rabattmarken im Nennwerte von . . . . ℳ 7 500 Saldo ℳ 175 420		
		An Soll-Betrag wie oben	ℳ 175 420	—
II		An Cassa für Markenverkäufe (Vgl. obige Creditseite)	ℳ 173 220	34
			ℳ 173 220	34

Hannover, den 16. März 1902.

Der Vorstand:

Paul Schulze. Ferd. Biester. Wilh. Schönhütte.

Kon
des Betriebsfonds des Rabatt-

		Debet		
1901 Jan.	1	An Saldo-Vortrag aus 1900.	ℳ 742	31
		„ Beiträgen von 367 Mitgliedern à 5 ℳ	„ 1 835	—
		„ Eintrittsgeldern von 63 Mitgliedern à 15 ℳ .	„ 945	—
		„ Zinsen pro 1900	„ 1 111	75
		„ Für Schilder und Ersatzkarten	„ 8	50
			ℳ 4 642	56
1902 Jan.	1	An Saldo-Vortrag	ℳ 932	96
		„ Zinsen aus 1901	„ 2 096	71
		Bar-Vermögen des Betriebsfonds am 1. Januar 1902	ℳ 3 029	67

Hannover, den 31. Dezember 1901.

Der Vorstand:

Paul Schulze. Ferd. Biester. Wilh. Schönhütte.

Digitized by Google

Abschlüsse.

Hannover.

fonds bis 15. März 1902.

		Credit		
		Per Markenverkauf		
		durch Privatpost Mercur . . für ℳ 1 428.—		
		„ Paul Schulze . . . . . „ „ 53 393.34		
		„ Ferd. Biester . . . . . „ „ 59 065.—		
		„ Gewerbebank . . . . . „ „ 25 304.—		
		„ Creditbank . . . . . . „ „ 9 800.—		
		„ Vorschußvereinsbank . . „ „ 20 130.—		
		„ F. W. Schulze . . . . . „ „ 700.—		
		„ C. Budde . . . . . . „ „ 1 300.—		
		„ E. Wiemann . . . . . „ „ 600.—		
		„ E. Wolters . . . . . . „ „ 500.—		
		„ W. Schönhütte . . . . „ „ 5 0.—		
		„ F. W. Eicke . . . . . . „ „ 400.—		
		„ H. Haasemann . . . . „ „ 100.—		
		Summe ℳ 173 220.34		
		Per am 15. 3. 02 bei den Verkaufsstellen vorhandene Markenblocks ℳ 2 100.—		
		„ Unbrauchbare Marken „ 99.66 „ 2 199.66	ℳ 175 420	—
		Per Guthaben		
		Creditbank . . . . ℳ 13 214.—		
		Gewerbebank . . . . „ 10 326.01		
		Vorschußvereinsbank . . . . . . „ 21 006.—		
		Effekten (Ankaufswert) . . . . „ 15 270.—	ℳ 59 816	01
		„ (Coursgewinn p. 15. 3. 02 ℳ 180.—)		
		„ Verlust-Conto	„ 24	33
		„ 11 338 eingelöste, geprüfte und vernichtete Sparbücher à 10 ℳ	„ 113 380	—
			ℳ 173 220	34

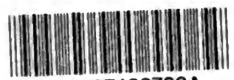
Die Richtigkeit vorstehender Abrechnung bescheinigen:
Die Revisoren:
C. Loges. W. Brüggemann. Bentelmann.

t o
Sparvereins Hannover pro 1901.

		Credit		
1901 Dez.	31	Per Unkosten-Konto	ℳ 3 709	60
		„ Saldo	„ 932	96
			ℳ 4 642	56

Die Richtigkeit vorstehender Abrechnung bescheinigen:
Die Revisoren:
C. Loges. W. Brüggemann. Bentelmann.

Digitized by Google



[...]rwaltungs-Abschluß

des Magdeburger Vereins.

Bilanz-Konto am 31. Dezember 1902.

	Aktiva.				Passiva.		
1	An Inventur-Konto . .	150	75	1	Per rückständige Rechnungen	819	45
2	„ Kassa-Konto, Barbestand	296	34	2	„ Überschuß . . .	9801	41
3	„ Guthaben . . . . Sparkasse Magdeburg . . . 3860.01 Sparkasse Buckau 4919.70 Bankhaus Friedr. Freise . . . 1394.06	10173	77				
	Mk.	10620	86		Mk.	10620	86

Gewinn- und Verlust-Konto am 31. Dezember 1902.

	Ausgaben.				Einnahmen.		
1	An Rabattmarken-Konto	4137	94	1	Per Mitglieder-Beiträge-Konto	14664	—
2	„ Rabattbücher-Konto	3002	18	2	„ Rabattbücher-Verkaufs-Konto . . .	3344	—
3	„ Drucksachen-, Porto- und Löhne-Konto .	2303	03	3	„ Zinsen-Konto . . .	4098	11
4	„ Reklame-Konto . .	2411	55				
5	„ Verwaltungs-Konto	450	—				
6	„ Überschuß	9801	41				
	Mk.	22106	11		Mk.	22106	11

Geschäftsergebnisse bis 31. Dezember 1902.

Beigetreten bis 31. 12. 02	992	Mitglieder.
Ausgegebene Rabatt-Sparbücher . . .	75 000	Stück.
Rabattmarken-Verkauf im Werte von .	469 840.—	Mark.
entsprechend dem Waren-Umsatz von	9 396 800.—	Mark.
Eingelöste Rabatt-Sparbücher	29 581	Stück.
im Rabattwerte von	295 810.—	Mark.
Vorhandener deponierter Einlösungsfonds	174 030.—	Mark.

Gruenauersche Buchdruckerei Otto Grunwald Bromberg.

Digitized by Google





Digitized by Google

89097132732

b89097132732a

Google